



**TATA NIAGA GULA SEMUT PRODUKSI
KELOMPOK TANI LEGEN TIRTA
DESA SELAKAMBANG KECAMATAN
KALIGONDANG PURBALINGGA**

SKRIPSI

**Untuk Memeperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Universitas Negeri Semarang**

**Oleh
Latifah
NIM 7101416054**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2020**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 21 Juli 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.
NIP. 198201302009121005

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, which appears to be 'J. Widodo', written over a horizontal line.

Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.
NIP. 196701061991031003

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Pada :

Hari : Senin

Tanggal: 31 Agustus 2020

Penguji I



Prof. Dr. Rusdarti, M.Si.
NIP. 195904211984032001

Penguji II



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005182015042001

Penguji III



Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.
NIP. 196701061991031003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



UNNES
Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Latifah

NIM : 7101416054

Tempat Tanggal Lahir : Purbalingga, 31 Agustus 1998

Alamat : Sidareja RT 14/06 Kaligondang, Purbalingga

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya.

Pendapat dan temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 17 Juli 2020



Latifah

NIM 7101416054

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Hai orang-orang yang beriman janganlah
kamu memakan riba dengan berlipat
ganda dan bertakwalah kamu kepada
Allah supaya mendapat keberuntungan
(Ali'Imran, Ayat :130)

Persembahan

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala
karunia-Nya, Skripsi ini saya persembahkan untuk
Bapak Nurohim, Ibu Mahyati, adik saya Dedi dan
untuk Alamamater Universitas Negeri Semarang

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan pertolongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga.

Penulis menyusun skripsi ini guna memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan studi strata satu (S1) untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segenap kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan saya untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heriyanto, MBA. Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas negeri Semarang yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian.
3. Ahmad Nurkhin S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan dan saran selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Nurohim dan Ibu Mahyati yang selalu memberi dukungan, serta berkat usaha, kerja keras, doa dan motivasi diri mereka sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bambang Wibowo Kepala Desa Selakambang yang memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga.
7. Bapak Suroso dan Bapak Suwanto Pengurus kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga yang telah membantu peneliti mencari informasi.
8. Petani Gula Semut Kelompok Tani legen Tirta Desa Selakambang yang telah bersedia memberikan informasi terkait pengumpulan data dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan inspirasi bagi peneliti selanjutnya.

Semarang 17 Juli 2020



Penulis

SARI

Latifah, 2020. “ *Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kabupaten Purbalingga*”. Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.

Kata Kunci : Tata niaga, Sistem, Marjin, Efisiensi

Tata niaga memiliki peranan penting menyalurkan produk pertanian kepada konsumen akhir, dan sebagai kunci keberhasilan usaha. Hasil observasi awal pada petani dikelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang diperoleh data untuk memasarkan produksi gula semut kelompok tani memiliki hubungan kerja sama dengan pedagang besar. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendiskripsikan dan menganalisis sistem tata niaga yang digunakan untuk memasarkan produksi gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang. (2) Mendiskripsikan dan menganalisis tingkat margin tata niaga gula semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang. (3) Mendiskripsikan tingkat efisiensi tata niaga gula semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang.

Fokus penelitian pada tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang menggunakan metode deskriptif. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dan desain penelitian studi kasus. Lokasi penelitian di Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan studi dokumen. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi, kejelasan pengamat. Teknik analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian dan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata niaga gula semut terdapat dua saluran yaitu, Saluran satu a; petani ke pedagang pengepul ke konsumen, saluran satu b yaitu; petani ke pedagang pengepul ke pedagang besar baik tujuan ekspor maupun tujuan dalam negeri ke konsumen. Saluran kedua yaitu; petani ke pedagang besar baik tujuan ekspor maupun tujuan dalam negeri ke konsumen. Setiap lembaga tata niaga melakukan fungsi tata niaga berupa fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (kemasan, angkut, simpan), fungsi fasilitas (rasiko, biaya, informasi pasar) yang berbeda-beda. Pembentukan harga yang terjadi harga lebih dipengaruhi oleh lembaga tertinggi tata niaga gula semut. Berdasarkan analisis efisiensi tata niaga yang digunakan yaitu analisis marjin tata niaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya, didapat bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran pertama (satu a) Petani-pedagang pengepul-konsumen. Dengan total marjin 3000/kg, *farmer's share* 85%, dengan rasio keuntungan dan diimbangi dengan biaya pemasaran yang tidak terlalu tinggi yaitu memperoleh rasio 1,3%.

Saran dari penelitian ini adalah mengoptimalkan keuntungan petani gula semut dengan memiliki Surat Izin Produksi Rumah Tangga, label halal sendiri, memperkuat oraganisasi atau koperasi untuk mendukung kegiatan dan memperkecil marjin tata niaga, dan mengembangkan inovatif dan kreatif dalam memproduksi gula semut.

ABSTRACT

Latifah, 2020. “Ant Sugar Trade Business Production of Legen Tirta Farmers Group Selakambang Village, Kaligondang District, Purbalingga Regency”. Essay. Departement of economic Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Supervisor Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.

Keywords : Marketing, Systems, Margins, Efficiency

The trade system has an important role in distributing agricultural products to end consumers, and as a key to business success. The results of preliminary observations on farmers in the Legen Tirta farmer group, Selakambang Village, obtained data to market the production of ant sugar. The farmer groups have a cooperative relationship with large traders. This study aims to: (1) Describe and analyze the trading system used to market the sugar production ants produced by the Legen Tirta farmer group in Selakambang Village. (2) Describe and analyze the margin level of the sugar trading system for the Legen Tirta Farmer Group, Selakambang Village. (3) Describe the efficiency level of the sugar trading system for the Legen Tirta Farmer Group, Selakambang Village.

The focus of research on the sugar trading system of the Legen Tirta farmer group in Selakambang Village used a descriptive method. The approach used is a qualitative approach and a case study research design. The research location is in Selakambang Village, Kaligondang District, Purbalingga Regency. Data collection techniques used observation, interviews, and document study. Test the validity of the data using triangulation, the constancy of the observer. The data analysis technique was carried out through data collection, data reduction, presentation and conclusion.

The results showed that the ant sugar trading system had two channels, namely, channel one a; farmers to traders, collectors to consumers, channel one b, namely; farmers to traders, collectors to wholesalers, both export and domestic destinations to consumers. The second channel, namely; farmers to wholesalers for both export and domestic destinations to consumers. Each trade system institution performs a trade system function in the form of exchange functions (sales and purchases), physical functions (packaging, transportation, storage), different facilities functions (risk, costs, market information). The price formation that occurs is the price is more influenced by the highest institution for the sugar trade system. Based on the analysis of the efficiency of the trading system used, namely the trade system margin analysis, farmer's share and the ratio of profit and cost, it is found that the most efficient channel is the first channel (a) farmer-trader-collector-consumer. With a total margin of 3000 / kg, the farmer's share is 85%, with a profit ratio and balanced with marketing costs that are not too high, namely getting a ratio of 1,3%.

Suggestions from this research are to optimize the profits of ant sugar farmers by having a Household Production Permit, the halal label itself, strengthening organizations or cooperatives to support activities and reduce trade margins, and develop innovative and creative production of ant sugar.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| DAFTAR ISI | |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | i |
| PENGESAHAN KELULUSAN..... | ii |
| PERNYATAAN | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| PRAKATA | v |
| SARI | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Cakupan Masalah Penelitian | 11 |
| 1.3 Pertanyaan peneliti..... | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.5 Kegunaan penelitian..... | 13 |
| 1.6 Orisinilitas Penelitian..... | 14 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 15 |
| 2.1.1 Konsep Dasar Tata Niaga | 15 |
| 2.1.2 Karakteristik Tata Niaga Pada Produksi Gula Semut..... | 18 |
| 2.1.3 Saluran Distribusi | 20 |
| 2.1.3.1 Konsep Dasar Saluran Distribusi..... | 20 |
| 2.1.3.2 Lembaga Saluran Tata Niaga | 23 |
| 2.1.3.3 Distribusi Gula Semut..... | 30 |
| 2.1.4 Konsep marjin Tata Niaga | 32 |
| 2.1.5 Efisiensi Tata Niaga..... | 36 |
| 2.2 Kerangka Teoritis..... | 40 |
| 2.3 Kerangka Berfikir | 47 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 50 |
| 3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian | 50 |
| 3.2 Fokus dan Lokus Penelitian..... | 51 |
| 3.3 Data dan Sumber Data Penelitian | 52 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 53 |
| 3.4.1 Observasi | 53 |
| 3.4.2 Wawancara..... | 54 |
| 3.4.3 Studi Dokumen..... | 54 |
| 3.5 Kabsahan Data..... | 55 |
| 3.5.1 Triangulasi | 55 |

| | |
|---|------------|
| 3.5.2 Ketekunan (Keajegan Pengamat) | 56 |
| 3.6 Tenik Analisis Data..... | 57 |
| 3.6.1 Pengumpulan Data (<i>Data Colecction</i>)..... | 58 |
| 3.6.2 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>) | 58 |
| 3.6.3 Penyajian Data (<i>Data Display</i>) | 59 |
| 3.6.4 Conclusion Drawing/Verification | 60 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 61 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 61 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Desa Selakambang | 61 |
| 4.1.2 Sistem Tata Niaga Gula Semut | 68 |
| 4.1.3 Marjin Tata Niaga Gula Semut | 89 |
| 4.1.4 Efisisensi Tata Niaga Gula Semut | 94 |
| 4.2 Pembahasan | 98 |
| 4.2.1 Sistem Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang..... | 98 |
| 4.2.2 Marjin Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang..... | 105 |
| 4.2.3 Efisisensi Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang..... | 107 |
| BAB V PENUTUP | 112 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 112 |
| 5.2 Saran..... | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA | 115 |
| LAMPIRAN | 121 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1. 1 Luas Perkebunan Kelapa Deres Kabupaten Purbalingga | 4 |
| Tabel 1. 2 Jumlah Pengusaha Gula Kelompok Tani Legen Tirta..... | 6 |
| Tabel 4. 1 Petani Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang... | 64 |
| Tabel 4. 2 Usia Petani Gula Semut Desa Selakambang | 65 |
| Tabel 4. 3 Status Usaha Produksi Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta | 65 |
| Tabel 4. 4 Jumlah pohon yang di Deres Petani Gula Semut | 66 |
| Tabel 4. 5 Sistem Pengelolaan Pohon yang Dideres untuk Produksi Gula Semut | 66 |
| Tabel 4. 6 Tingkat Pendidikan Petani Gula Semut | 67 |
| Tabel 4. 7 Jumlah Modal Usaha Produksi Gula Semut Desa Selakambang | 67 |
| Tabel 4. 8 Petani Gula Semut Saluran 1 A..... | 73 |
| Tabel 4. 9 Petani Pengguna Saluran 1 B | 79 |
| Tabel 4. 10 Fungsi-Fungsi Tata Niaga Niaga Gula Semut Desa Selakambang | 87 |
| Tabel 4. 11 Rata-Rata Biaya Produksi Gula Semut | 90 |
| Tabel 4. 12 Sebaran Marjin Tata Niaga Gula Semut Desa Selakambang | 91 |
| Tabel 4. 13 Farmer's Share Tata Niaga Gula Semut Desa Selakambang..... | 93 |
| Tabel 4. 14 Sebaran Rasio Keuntungan Dan Biaya Tata Niaga Gula Semu | 96 |
| Tabel 4. 15 Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Tata Niaga Gula Semut ... | 110 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2. 1 Margin Tata Niaga (Limbong Dan Sitorus, 1987)..... | 34 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir | 49 |
| Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data di Lapangan Miles And Huberman..... | 58 |
| Gambar 4. 1 Pola Saluran Tata Niaga Desa Selamkambang..... | 71 |
| Gambar 4. 2 Pengemasan Produksi Gula Semut Oleh Petani | 76 |
| Gambar 4. 3 Proses Produksi Gula Semut | 77 |
| Gambar 4. 4 Kemasan Eceran Produksi Gula Semut Dari Pengepul | 78 |
| Gambar 4. 5 Sempel Warna Gula Semut | 81 |
| Gambar 4. 6 Pengemasan di Tingkat Pengepul..... | 82 |
| Gambar 4. 7 Proses Pengangkutan Produksi Gula Semut..... | 83 |
| Gambar 4. 8 Pernyataan Kelapa Organik..... | 84 |
| Gambar 4. 9 Pengemasan Produksi Gula Semut Dari Pedagang Besar..... | 85 |
| Gambar 4. 10 Sebaran Marjin Tata Niaga..... | 92 |
| Gambar 4. 11 Farmer's Share Saluran Tata Niaga | 94 |
| Gambar 4. 12 Sebaran Rasio Keuntungan Dan Biaya Saluran Tata..... | 98 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|--|----------------|
| Lampiran 1 Surat Penelitian | 1233 |
| Lampiran 2 Rekapitulasi Petani Gula Semut Desa Selakambang | 125 |
| Lampiran 3 Pengguna Saluran Tata Niaga..... | 126 |
| Lampiran 4 Biaya Tata Niaga..... | 127 |
| Lampiran 5 Kisi-Kisi Penelitian | 128 |
| Lampiran 6 Pedoman Wawancara | 129 |
| Lampiran 7 Lembar Observasi | 135 |
| Lampiran 8 Lembar Dokumen | 138 |
| Lampiran 9 Hasil Wawancara | 139 |
| Lampiran 10 Hasil Observasi | 229 |
| Lampiran 11 Hasil Lembar Dokumen | 243 |
| Lampiran 12 Dokumentasi | 244 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tata niaga bagi petani memiliki peranan penting yaitu menyalurkan produk pertanian kepada konsumen akhir (Yani, 2013:5). Produk pertanian harus ditunjang dengan kegiatan tata niaga, dimana produksi dan tata niaga mempunyai kaitan erat dan merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap pendapatan petani (Hertini *et al.*, 2016:61). Permasalahan yang sering terjadi yaitu, tidak banyak petani yang menjual sendiri hasil produksinya ke pasar, kota besar atau ke luar negeri karena pasar tersebut terlalu jauh jaraknya. Petani tidak dapat menghubungi pembeli di pasar tersebut dan tidak memiliki alat untuk mengangkut hasil usaha taninya, petani juga tidak memiliki pengetahuan atau fasilitas untuk berbagai perlakuan, seperti pengepakan, penyimpanan, pengolahan, dan tindakan lain yang berhubungan dengan pemasaran. Jika petani melakukan pemasaran sendiri tidak menjamin hasilnya akan efisien, oleh karena itu peranan tata niaga sangat dibutuhkan (Hanafie, 2010:12).

Menurut penelitian Delgado dan Siamwala (1997) dalam Mutayoba (2015:276) bahwa beberapa tantangan yang dihadapi petani kecil adalah kurangnya pasar, kualitas produk yang buruk, dan tingginya biaya transaksi yang mengakibatkan petani kecil kurang kompetitif di pasar utama yang bernilai tinggi. Dalam penelitian Tesfamriam (2015:1) bahwa hasil produksi pertanian dalam industri rumah tangga memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemilihan

saluran pemasaran. Permasalahan yang sering terjadi dalam pertanian yaitu pemasaran produk hasil pertanian. Oleh karena itu, peranan pemasaran menjadi sangat penting dan merupakan ujung tombak bagi setiap perusahaan atau produsen dan keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya.

Menurut Rasmikayati (2018:23) permasalahan yang masih melekat pada petani dan lembaga petani adalah masih minimnya pengetahuan dan wawasan petani terhadap masalah manajemen produksi dan jaringan pemasaran, belum terlibatnya secara utuh petani dalam kegiatan agribisnis, peran dan fungsi kelembagaan sebagai wadah organisasi petani belum berjalan secara efektif. Dalam penelitian Surahman (2017:80) petani melakukan penjualan hasil panennya secara individu, karena tidak adanya fasilitas bagi petani untuk memasarkan hasil panen mereka secara berkelompok. Hal tersebut, menyebabkan posisi tawar petani dalam menjual hasil panennya menjadi sangat lemah. Oleh karena itu, peranan pemasaran atau tata naga yang efisien sangat dibutuhkan. Adanya pemasaran yang efisien akan menciptakan kondisi usaha yang menguntungkan bagi petani dan lembaga pemasaran yang terlibat. Dengan saluran pemasaran yang relatif lebih efisien tersebut dipandang mampu menjadi solusi untuk meningkatkan keuntungan dan posisi tawar petani.

Menurut Mosher (1965:77) pasar dan tataniaga sangat penting bagi produk-produk yang dihasilkan para petani. Mosher bahkan menganggap bahwa pasar untuk hasil usaha tani merupakan salah satu syarat pokok dari lima syarat yang harus tersedia bagi para petani jika pertanian hendak dikembangkan

(Hanafie, 2010:12). Kotler (2009:5) mendefinisikan pemasaran atau tata niaga adalah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Menurut Sofanudin (2017:46) pemasaran atau tataniaga merupakan kegiatan yang sangat kompleks meliputi proses pengumpulan produk dari para petani, pengepakan, penyimpanan, pendistribusian, termasuk didalamnya pemilihan saluran pemasaran. Aspek pemasaran atau tataniaga disadari sebagai aspek yang sangat penting dalam penentuan harga jual, baik dari produsen atau petani, maupun pedagang perantara dan semua pihak yang terlibat dalam saluran pemasaran akan diuntungkan ketika mekanisme tataniaga berjalan dengan baik dan efisien.

Tata niaga pertanian memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia, salah satunya dibidang sub sektor perkebunan kelapa. Hasil dari perkebunan kelapa diolah menjadi berbagai produk yang salah satunya adalah gula semut (Maghfiroh, 2018: 226). Gula semut merupakan salah satu produk sektor industri dengan potensi ekspor yang cukup besar (Haridik, 2014:2). Sebagian besar produk gula semut organik yang diekspor berasal dari Jawa Tengah terutama Kabupaten Purbalingga (Dinas Pertanian Kabupaten Purbalingga, 10 Desember 2019). Provinsi Jawa Tengah salah satu provinsi yang menjadi persebaran pohon kelapa dengan luas lahan 23.966,63 Ha dan dengan hasil produksi gula yang mencapai 214.938,01/Ton (BPS Jateng, 2018).

Agroindustri gula semut mempunyai prospek yang bagus untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga petani gula (Haridik, 2014: 2). Produksi gula merupakan salah satu sektor pertanian merupakan yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian (Amalia, 2012: 1). Gula yang diproduksi di Kabupaten Purbalingga ada dua jenis yaitu gula kelapa cetak dan gula kelapa semut. Gula semut adalah salah satu bentuk produk lanjutan dari nira kelapa yang dapat dijadikan salah satu alternatif untuk meningkatkan pendapatan petani gula. Jangkauan pemasaran gula semut meliputi lokal, antar provinsi bahkan mencapai ekspor. (Dinas Pertanian Kabupaten Purbalingga, 2019). Gula semut Kabupaten Purbalingga berkontribusi menyumbang Indeks Pembangunan Manusia (IPM) 8 % (Dikominfo, 2018). Potensi gula Kabupaten Purabalingga didukung dengan sumber daya yang sudah tersedia dengan komoditas utama yaitu pohon kelapa.

Tabel 1. 1 Luas Panen, Produksi Perkebunan Kelapa Deres Kabupaten Purbalingga

| No. | Perkebunan Kelapa Deres | Jumlah |
|-----|-------------------------|------------------|
| 1. | Luas Lahan | 5.459,27 Ha |
| 2. | Petani | 20.419 Orang |
| 3. | Produksi | 41.969.688,06 Kg |
| 4. | Produktivitas | 7.883.736/Ha |

Sumber: Data Statistik Perkebunan Dinas Pertanian Purbalingga, September 2019

Disetiap Kecamatan Kabupaten Purbalingga memiliki persebaran pohon kelapa. Berdasarkan data jumlah rumah tangga usaha tanaman tahunan kelapa yang diproduksi, Kecamatan Kaligondang merupakan pengelola terbanyak di

Kabupaten Purbalingga, dengan tanaman kelapa yang dikelola mencapai 6.706 (Data sensus, 2013).

Desa Selakambang adalah salah satu desa di Kecamatan Kaligondang dengan jumlah penduduk 8.234 orang terdiri dari 4.092 penduduk laki-laki dan penduduk perempuan, terdiri dari 2.325 KK dengan 11 RW dan 53 RT, dengan luas wilayah 609,675 HA. Posisi Desa Selakambang sebelah utara berbatasan dengan Desa Pagerandong, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Sinduraja dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Selanegara, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Sidareja. Hasil pertanian utama di desa Selakambang adalah ketela pohon dan perkebunan kelapa (Profil Desa Selakambang). Pembangunan agroindustri dengan menggunakan sumber daya lokal merupakan bentuk dari pengembangan industri berdaya saing dalam memanfaatkan spesialisasi produksi lokal yang dimiliki (Farizi, 2017: 3).

Petani gula Desa Selakambang memanfaatkan sumber daya yang tersedia yaitu perkebunan kelapa. Adapun produksi gula ada dua jenis gula yaitu gula kelapa cetak dan gula semut. Di Desa Selakambang terdapat satu kelompok tani yang memproduksi gula semut dan gula kelapa cetak yaitu kelompok tani Legen Tirta. Kelompok Tani Legen Tirta diketuai oleh bapak Suroso dan merupakan satu-satunya kelompok tani gula yang memproduksi gula semut yang bertahan sampai saat ini di Kecamatan Kaligondang, walaupun tidak semua anggotanya memproduksi gula semut. Kelompok Tani Legen Tirta memulai usaha pembuatan gula pada tahun 2008 dan sampai saat ini mempunyai jumlah anggota baik pemproduksi gula semut maupun gula kelapa cetak sebanyak 96

orang yang tersebar di RW 04 dan sebagian kecil RW 03 Desa Selakambang. Usaha industri rumah tangga gula ini telah menjadi salah satu sumber penghasilan bagi warga di Desa Selakambang.

Tabel 1. 2 Jumlah Petani Gula Kelompok Tani Legen Tirta

| No. | Produksi gula | Jumlah |
|-----|-----------------------|----------|
| 1 | Produksi gula semut | 18 Orang |
| 2 | Gula kelapa cetak | 78 Orang |
| | Jumlah pengusaha gula | 96 Orang |

Sumber: Observasi awal 24 Januari 2020

Gula semut Desa Selakambang merupakan produk unggulan desa. Gula semut memiliki keunggulan yaitu tidak menggunakan bahan kimia dan diperoleh dari pohon kelapa organik. Pada observasi awal bapak Suroso mengatakan “Gula semut Legen Tirta dibuat dari nira yang bersih dan tidak menggunakan sulfit atau bahan kimia sehingga tahan lama, kering, dan tidak mudah lengket”. Dalam artikel yang ditulis oleh Kusnadi (2017) Gula merah serbuk atau gula semut dan ada yang menyebut gula kristal produksi pengrajin gula asal Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah ini dibuat tanpa campuran obat kimia. Walaupun tanpa bahan kimia, rasa gula semut sangat manis dan terasa nyata, karena dibuat dari nira kelapa pilihan dengan kualitas bagus.

Industri pengolahan gula semut pada umumnya masih bersekala rumahan. Agroindustri dan kerajinan rumah tangga memiliki kemampuan yang besar dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Farizi,

2017:4). Industri rumah tangga gula semut merupakan bisnis skala kecil yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan di wilayah pedesaan (Anindiya, 2017:3). Peran pertanian digambarkan melalui kontribusi yang nyata seperti penyediaan bahan pangan, bahan baku industri, pakan dan bioenergi, penyerapan tenaga kerja, sumber devisa, sumber pendapatan, serta pelestarian lingkungan melalui praktek usaha tani yang ramah lingkungan (Amalia, 2012:1). Namun hal ini belum terjadi pada petani gula Desa Selakambang meskipun gula semut menjadi produk unggulan desa yang didukung potensi alam yang ada, tetapi belum menjamin para petani sejahtera dan memperoleh pendapatan yang seharusnya tinggi. Pemerintah Kabupaten Purbalingga menyatakan bahwa Desa Selakambang masih masuk dalam zona merah dengan tingkat kemiskinan yang lebih tinggi dari desa lainya di Kecamatan Kaligondang, dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat khususnya petani gula pemerintah membrikan bantuan pongkor *foodgrade* sebanyak 2000 (dua ribu) buah kepada kelompok usaha tani Desa Selakambang (Jatengprov.go.id, 10 April 2019).

Industri gula semut Desa Selakambang rata-rata menggunakan dua tenaga kerja yaitu penyadap nira dan pemasak nira. Industri gula semut merupakan industri bersekala rumahan dimana hanya terdapat 2 orang tenaga kerja yakni suami dan istri. Suami bertugas menyadap nira sedangkan istri bertugas memasak nira (Maghfiroh, 2018: 227). Pada observasi awal, dalam produksi gula kelapa cetak maupun semut Desa Selakambang juga ada sistem *maro* (bagi hasil) biasanya dilakukan oleh seorang ibu yang memiliki pohon kelapa tapi

tidak ada yang mengambilkan niranya, jadi sistemnya bagi hasil dengan orang yang mengambilkan nira tersebut dengan pembagian atau giliran nira hari ini untuk pemilik pohon dan hari berikutnya untuk penyadap nira dan begitu seterusnya.

Pada observasi awal produksi Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang mencapai produk 1-2 kwintal dalam dua minggu tergantung pada kondisi alam. Menurut bapak Suroso jumlah produksi gula tidak pasti, tergantung pada kondisi alam ketika musim kemarau produksinya bisa menurun, dan memulai memasuki musim hujan produksi bisa banyak kembali, kondisi alam juga yang menentukan kualitas produk yang dihasilkan. Pada observasi awal pada pertengahan bulan Januari 2020 produksi mencapai 97,5 Kg dengan harga Rp.18.000/kg, jadi jumlah penjualan mencapai Rp. 1.755.000, sehingga dengan rata-rata harga tersebut, omset yang di capai petani gula dalam satu tahun kurang dari Rp. 50.000.000.

Menurut undang-undang No 20 tahun 2008 pasal 6 ayat (1) Usaha mikro memiliki kriteria: (1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Adapun kriteria usaha kecil dapat dilihat pada Pasal 6 ayat (2), disebutkan bahwa : (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) samapai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga

ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Sedangkan kriteria usaha menengah dapat dilihat pada pasal 6 ayat (3), di sebutkan bahwa : (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Produk industri rumah tangga gula semut Desa Selakambang menjadi produk unggulan desa dan gula semut organik yang tanpa bahan kimia (Kusnadi, 2017). Tetapi produk gula semut belum memiliki sertifikat produksi pangan rumah tangga dan Nomor P-IRT. Dengan adanya kepemilikan PIRT tentu sangat membantu proses penyaluran pemasaran kekonsumen. Dikarenakan konsumen sangat selektif untuk mengetahui asal makanan yang dikonsumsi. Pengemasan produk gula masih dikemas biasa belum menggunakan stampel, merek sendiri dan masih menggunakan plastik biasa atau karung gula biasa. Dalam menghasilkan produksi gula semut, masyarakat juga belum memperhatikan tingkat efisiensi yang penting membuat tanpa bahan kimia kemudian terjual.

Berdasarkan observasi awal di Desa Selakambang sistem pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produksi gula semut yaitu, setiap petani gula semut menjual produknya ke pengepul bahkan ada yang menjual ke pengepul di luar kelompok tani meskipun dengan harga yang lebih murah, dikarenakan

adanya jeratan hutang antara petani dengan pengepul tersebut. Saluran tata niaga ini menguntungkan dan merugikan. Produsen untung karena tetap bisa menjual produknya, sedangkan kerugiannya produsen tidak bisa menawar harga jual produk gula semut karena harga sudah di patok oleh lembaga penyalur yang paling tinggi. Berdasarkan hasil observasi dalam memasarkan produknya kelompok tani Legen Tirta memiliki kerja sama dengan pedagang besar yaitu CV Permata Satria yang kurang lebih sudah berlangsung selama satu tahun. Pengepul harus menunggu pedagang besar untuk mengambil hasil produksi kerumah dengan harga yang sudah ditentukan oleh pedagang besar.

Saluran pemasaran yang dipilih petani gula semut adalah yang menentukan pendapatan mereka. Pendapatan petani akan meningkat seiring dengan efisiennya saluran pemasaran. Pemasaran yang efisien tentunya akan berdampak baik terhadap pendapatan petani. Dan tata niaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyalurkan barang hasil produsen dengan biaya serendah-rendahnya (Indraswari, 2015: 336). Saluran tata niaga efisien apabila didukung oleh serangkaian organisasi yang saling bergantung dalam memindahkan barang/jasa, karena serangkaian organisasi ini yang membawa barang dari produsen dan konsumen. Dalam tata niaga efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran. Hal ini yang mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien (Jumiati *et al.*, 2013:2).

Tata niaga perlu diteliti, karena dengan kinerja pasar petani kecil bernilai tinggi dapat menghadirkan peluang yang lebih baik bagi petani. Saluran

pemasaran atau tata niaga tergantung pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dari petani produsen kekonsumennya. Perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani akan semakin besar apabila saluran pemasaran terlalu panjang (Sofanudin, 2017:49). Menurut Mutayoba (2015:276) bahwa pengambilan harga dari petani sangat bergantung pada pedagang di pasar dan petani tidak menunjukkan kepercayaannya kepada pedagang dan merasakan rasiko yang lebih tinggi dieksploitasi oleh pedagang besar karena pilihan pasar yang harus di terima oleh petani. Sebagai petani subsisten, untuk memasarkan produknya sendiri maka hasilnya akan menjadi tidak efisien (Hanafie, 2010:12). Menurut Hertini (2017: 67) usaha industri gula semut yang paling banyak mengalami kendala karena disebabkan oleh tataniaga yang kurang efisien, begitu juga sebaliknya dimana produksi yang tinggi belum tentu secara mutlak akan memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai saluran tata niaga yang baik dan efisien.

Berdasarkan urain latar belakang mengenai pentingnya saluran pemasaran atau tata niaga dan didukung *research* terdahulu bahwa saluran pemasaran atau tataniaga perlu diteliti. Maka peneliti tertarik untuk meneliti “Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Purbalingga”.

1.2 Cakupan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian akan lebih fokus dan dapat diambil kesimpulan yang benar dan mendalam pada aspek yang diteliti maka peneliti akan memfokuskan penelitiannya pada sistem tata niaga gula semut

produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga. Adapun cakupan masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem tata niaga merupakan suatu serangkaian lembaga yang melakukan fungsi untuk menyalurkan produk dan status kepemilikan dari produsen kekonsumen. Peneliti hendak mendiskripsikan dan menganalisis pelaksanaan tataniaga gula semut di Desa Selakambang.
2. Margin tata niaga merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen.
3. Efisiensi tata niaga merupakan kemampuan sistem tata niaga dapat memberikan kepuasan dan pembagian secara adil kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran yaitu produsen, konsumen akhir, dan lembaga pemasaran.

4. Pertanyaan Peneliti

Fokus masalah pada penelitian ini adalah tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang, dengan pertanyaan peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem tata niaga yang digunakan untuk memasarkan produksi gula semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang?
2. Bagaimana tingkat margin tata niaga gula semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang?
3. Bagaimana tingkat efisiensi tata niaga gula semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang?

5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus masalah penelitian dan pertanyaan peneliti diatas maka tujuan peneliti adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang dengan uraian sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis sistem tata niaga yang digunakan untuk memasarkan produksi gula semut kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis tingkat margin gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang.
3. Mendeskripsikan tingkat efisiensi tata niaga gula semut kelompok tani legen tirta desa Selakambang.

6. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memeberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran mengenai tataniaga industri khususnya gula semut yang dapat berkontribusi dengan kajian-kajian teori yang berkaitan dengan tata niaga.

2. Kegunaan Praktisi

- a. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti sebagai sarana pembelajaran dan penerapan ilmu dengan menambah wawasan dan pengetahuan baru yang turun langsung dilapangan.

b. Bagi Produsen atau Anggota Kelompok Tani

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi produsen, produsen dapat meningkatkan hasil produksinya dan mempunyai upaya-upaya yang dapat meningkatkan margin tata niaga sehingga tataniaga tersebut menjadi efisien.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dan menjadi referensi dan bahan kajian bagi peneliti lain yang sejenis khususnya tentang tata niaga.

7. Orisinilitas Penelitian

Orisinalitas penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal kajian. Peneliti sendiri tertarik memilih judul Tata niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Purbalingga. Penelitian tentang tata niaga sudah banyak dilakukan, tetapi yang membedakan dengan penelitian yang lain adalah pada lokasi penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya yaitu Desa Selakambang dengan fokus penelitian pada tata niaga kelompok tani gula semut yang belum pernah diteliti sebelumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Konsep Dasar Tata Niaga

Memahami tentang konsep dasar tata niaga, maka perlu memahami definisi tata niaga. Istilah tata niaga sering disebut dengan pemasaran yang berasal dari kata *marketing*. Kotler (2009:5) menerangkan bahwa pemasaran atau tata niaga adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Menurut Efendi *et al.*, (2017:115) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pendistribusian suatu produk (Desiana, 2017:163).

Menurut Jiptono (2015:11) Definisi pemasaran berkenaan dengan distribusi aktual produk dan proses pembelian serta penjualan, termasuk didalamnya semua proses transportasi, penyimpanan, pemeriksaan, pembelian, dan penjualan dengan segala usaha yang mempengaruhi atau aktivitas yang dibutuhkan untuk memperlancar transfer kepemilikan barang dan penanganan distribusi fisik barang-barang bersangkutan. Menurut Hanafie (2010:205) pemasaran (tata niaga : distribusi : *Maketing*) merupakan kegiatan ekonomi yang

berfungsi membawa atau menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran meliputi berbagai aspek keputusan dan kegiatan yang ditunjukkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta untuk menghasilkan laba untuk produsen.

Marketing merupakan bagian dari kegiatan usaha agar kebutuhan manusia dapat terpenuhi, yakni dengan tukar menukar barang-barang dan jasa untuk sesuatu yang dianggap perlu, berharga dan semua kegiatan aktivitas untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efisien untuk mencapai permintaan efektif (Sofanudin, 2017:49). Pemasaran barang dan jasa merupakan kegiatan yang melibatkan berbagai pihak baik perorangan maupun kelompok yang bertindak sebagai produsen, pedagang dan konsumen (Karimiati, 2016:29) Saluran pemasaran yang efektif dan efisien memberikan keunggulan strategis yang penting bagi para produsen. Sebagai produsen bisa memasarkan produknya secara langsung kepada pengguna akhir, dan bisa memasarkannya melalui satu atau lebih saluran distribusi (Cravens, 1996:27).

Tata niaga merupakan penghubung pemasok dan produsen dengan pengguna akhir barang atau jasa. Tata niaga menurut Darmawan & Putera (2014:105) diartikan sebagai proses atau jasa yang dibutuhkan untuk memberikan suatu produk guna bentuk, waktu, tempat, dan kepemilikan yang diinginkan oleh konsumen. Tata niaga hasil pertanian merupakan semua akatifitas yang dilakukan terhadap hasil-hasil pertanian yang bersangkutan mulai dari tingkat petani atau produsen sampai tingkat konsumen (Manalu *et al.*, 2014:52). Sehingga *marketing* (tata niaga) merupakan kegiatan yang mencakup

semua persiapan, perencanaan, dan penelitian dari segala sesuatu yang bersangkutan dengan perpindahan, peralihan milik atas sesuatu barang atau jasa.

Pemasaran yaitu segala kegiatan yang menawarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap barang ekonomi mempunyai kegunaan atau manfaat bagi manusia bila ia berada pada suatu keadaan tertentu (bentuk/ kehendak manusia), tempat tertentu (bisa dijangkau atau dicari manusia), waktu tertentu, dan harga tertentu (Laksana, 2008:4). Pemasaran memiliki fungsi untuk meningkatkan kegunaan tempat, kegunaan waktu, dan kegunaan barang sehingga bisa membentuk harga. Fungsi pemasaran atau tata niaga terlihat sangat jelas manfaatnya bagi penyampaian barang hasil pertanian dari produsen ke konsumen dari pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan yang merupakan tiga fungsi utama tata niaga hasil pertanian. Tanpa adanya tata niaga hasil pertanian, maka pertanian tidak akan bergerak (Daniel, 2002:157).

Pemasaran didefinisikan sebagai suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Menurut Nugroho (2012) fungsi pemasaran bertujuan untuk mengubah produk berdasarkan bentuk (*form*), waktu (*time*), tempat (*palce*), dan kepemilikan (*possession*) (Prajanti dan Setiawan, 2013:65). Menurut Swastha (1990) pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya suatu tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka (Purnomo, 2018:16). Pemasaran

menurut Anindita dan Baladina (2017:4) Suatu kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik awal produsen sampai ke titik konsumen dengan menciptakan kreasi bentuk (*form*), waktu (*time*), tempat (*place*), atau kepemilikan (*possession*).

Menurut pendapat-pendapat di atas maka dapat di artikan bahwa tata niaga atau *marketing* itu meliputi kegiatan-kegiatan yang sangat luas dari kegiatan pembelian, kegiatan menjual, kegiatan pembungkusan, kegiatan pemindahan, kelancaran arus barang dan jasa. Tata niaga pertanian merupakan semua aktifitas bisnis dalam aliran barang atau jasa komoditas pertanian mulai dari tingkat produksi (petani) sampai konsumen akhir yang mencakup aspek input dan output pertanian. Jadi tata niaga adalah segala kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan disektor produksi barang maupun jasa sampai kegiatan sektor konsumen.

2.1.2 Karakteristik Tata Niaga Pada Industri Rumah Tangga

Usaha Industri adalah satu unit usaha yang melakukan kegiatan ekonomi bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut. Menurut Badan Pusat Statistik (2013), perusahaan industry pengelolaan di bagi menjadi empat golongan yaitu: (1) jumlah tenaga kerja 1-4 orang untuk industri rumah tangga, (2) jumlah tenaga kerja 5-19 orang untuk industri kecil, (3) jumlah tenaga kerja 20-29 orang untuk industri menengah, (4) jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang untuk industri besar.

Menurut undang-undang No 20 tahun 2008 pasal 6 ayat (1) Usaha mikro memiliki kriteria: (1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Adapun kriteria usaha kecil dapat dilihat pada Pasal 6 ayat (2), disebutkan bahwa : (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) samapai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Sedangkan kriteria usaha menengah dapat dilihat pada pasal 6 ayat (3), di sebutkan bahwa : (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut undang-undang No 5 tahun 1984 tentang perindustrian yang dimaksud dengan industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah menjadi bahan baku, bahan setengah jadi menjadi barang setengah jadi atau menjadi barang jadi dengan nilai lebih tinggi termasuk perekayasaan industri. Menurut Badan Pusat Statistik (2012), industri rumah tangga (IRT) merupakan industri dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 5 (Lima) orang.

Karakteristik utama dari industri rumah tangga adalah sebagian besar pekerjaannya merupakan anggota keluarga dari pemilik usaha serta proses dalam produksi dijalankan secara sederhana dan hanya dilakukan di rumah saja (Dewi, 2015:29)

Industri pedesaan atau industri rumah tangga yaitu bentuk industri dengan tenaga kerja kurang lebih 1-5 orang, kebanyakan tenaga kerja diperoleh dari kalangan keluarganya, teknologi yang digunakan bersifat tradisional dan sangat sederhana, bahan dasar yang didapat dari pedesaan setempat dan sekitarnya (Hasanah, 2011:172). Potensi industri pedesaan sebagian besar merupakan industri rumah tangga dan kerajinan rakyat dengan memiliki peranan untuk menggerakkan roda perekonomian di desa, mengembangkan perdagangan dan membangun daerah. Dengan demikian potensi industri rumah tangga perlu dihidupkan, di gerakan dan dikembangkan di tengah-tengah perekonomian modern agar memiliki keunggulan atau daya saing dengan produk industri lainnya. Selain itu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan (Syahdan dan Husna, 2019:47).

2.1.3 Saluran Distribusi

2.1.3.1 Konsep Dasar Saluran Distribusi

Saluran distribusi atau saluran pemasaran adalah sebuah struktur bisnis yang terdiri atas organisasi-organisasi yang saling berkaitan, dimulai dari tempat asal mula produk dibuat sampai penjualan terakhir dengan maksud memindahkan produk serta kepemilikan ke pemakai akhir, yaitu konsumen pribadi atau pengguna bisnis. Pada dasarnya, penyampaian produk kepada

konsmen terakhir dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu langsung kepada pemakai terakhir atau melalui berbagai perantara (Stiyaningrum, 2015:158). Menurut Khotler (1996) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses menjaadkan suatu produk atau jasa untuk dikonsumsi (Purnomo, 2012:13).

Saluran distribusi adalah jaringan organisasi yang melakukan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen dengan pengguna akhir. Saluran distribusi terdiri dari beberapa lembaga atau badan yang saling bergantung dan saling berhubungan, yang berfungsi sebagai suatu sistem atau jaringan, yang bersama-sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada pengguna akhir (Cravens, 1996:28). Saluran distribusi yaitu saluran yang digunakan pemasar sebagai saluran distribusi untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran distribusi mencakup distributor, pedagang grosir, pengecer, dan agen. Pemasaran juga menggunakan saluran layanan untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran layanan mencakup gudang, perusahaan transportasi, bank, dan perusahaan asuransi yang membantu transaksi. Pemasar menghadapi tantangan dalam memilih bauran terbaik antara saluran komunikasi, distribusi, dan layanan untuk penawaran mereka (Kotler, 2009:14).

Perantara menurut Jiptono (2015:346) adalah individu atau institusi yang menghubungkan aliran barang dari produsen ke konsumen akhir dan konsumen industrial. Dalam hal ini produsen dan konsumen dihubungkan dalam kegiatan pembeli dan penjual barang yang dihasilkan oleh produsen. Menurut Darmawan

dan Purta (2014:105) saluran distribusi atau tata niaga merupakan proses mengalirnya produk pertanian melalui lembaga yang terlibat hingga produk sampai ketangan konsumen. Menurut Mursid (1997) saluran pemasaran adalah lembaga-lembaga yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa dari produsen kekonsumen (Sumartono *et al.*, 2018:31).

Saluran distribusi yaitu saluran yang mempunyai tugas memindahkan barang dari produsen kekonsumen. Untuk mengatasi senjang waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari calon pemakainya. Dengan adanya perantara dapat melancarkan arus barang dan jasa prosedur diperlukan untuk menjembatani ketidak suaian antara produsen dan konsumen (Kotler, 2001: 685). Saluran pemasaran atau tata niaga merupakan serangkain organisasi yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi (Rajab, 2017:5). Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses memuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Khaswarina *et. al*, 2014:209). Saluran distribusi atau tata niaga merupakan serangakain organisasi yang terlibat dalam proses penyampaian produk dari produsen hingga ke konsumen akhir (Elpawati *et al.*, 2014:206).

Dari beberapa definisi mengenai saluran pemasaran dapat kita ketahui unsur-unsur penting yaitu, saluran distribusi atau tata niaga merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga atau organisasi yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan dari saluran

distribusi yaitu mencapai pasar-pasar tertentu yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan pemasaran. Saluran pemasaran melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan yaitu mengadakan penggolongan dan mendistribusikannya. Golongan yang dimaksud yaitu saluran pemasaran memiliki peranan mengubah persediaan barang supaya dapat memberikan kepuasan dan sesuai dengan keinginan pembeli.

2.1.3.2 Lembaga Saluran Tata Niaga

Lembaga tata niaga adalah orang atau badan atau perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian. Di tingkat desa seperti yang kita ketahui ada tengkulak ada pedagang perantara, serta ada pengecer. Di tingkat kecamatan juga ada perantara, pengepul dan pengecer. Keadaan ini juga terjadi di tingkat kabupaten dan provinsi (Daniel, 2002:159). Menurut Suharno (2010:41) lembaga tata niaga atau perantara pemasaran adalah pihak yang membantu perusahaan mempromosikan, menjual, mendistribusikan barang-barang ke pembeli akhir posisi perantara pemasaran akan sangat dipengaruhi kinerjanya oleh perantara tersebut didalam melayani konsumen.

Lembaga pemasaran dapat didefinisikan sebagai organisasi bisnis, baik perorangan maupun kelompok usaha yang melakukan suatu usaha berupa fungsi pemasaran dimana tujuan dari aktivitas tersebut adalah untuk memperoleh nilai tambah terhadap produk yang akan dipasarkan (Annisa, *et al.*, 2018:258). Menurut Limbong dan Sitorus (1985) lembaga pemasaran dapat digolongkan pada lembaga tata niaga menurut fungsi dan lembaga tata niaga menurut penguasaan terhadap barang. Lembaga tata niaga menurut fungsi yang dilakukan

ada lembaga fisik (Hutabarat, 2012:25). Menurut Kohl dan Downey (1972) lembaga pemasaran adalah lembaga perantara baik sebagai individu maupun sebagai perusahaan bisnis yang berspesialisasi dalam bentuk berbagai fungsi pemasaran yang terlibat dalam pembelian penjualan barang dan jasa atau pemindahan barang dari produsen ke konsumen (Dewi, 2015:33).

Menurut Asmarantaka (2012) Lembaga pemasaran adalah berbagai organisasi bisnis atau kelompok bisnis yang melaksanakan atau mengembangkan aktivitas bisnis (fungsi-fungsi pemasaran) (Surahman, 2016:72). Setiap lembaga yang terlibat dalam tata niaga mempunyai fungsi tata niaga untuk memperlancar proses penyampaian dari produsen hingga ke konsumen akhir. Lembaga tata niaga yang melakukan fungsi-fungsi tata niaga, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Lembaga-lembaga ini juga berfungsi sebagai sumber informasi mengenai suatu barang dan jasa transportasi menghilangkan jarak diantara pembeli dan penjual. Ini dilakukan dengan fungsi distribusi fisik. Pembayaran mempermudah fungsi pertukaran (Rajab, 2017:5).

Pada dasarnya fungsi lembaga tata niaga dapat di kelompokkan menjadi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas (Aji, 2017:477). Lembaga tata niaga memiliki fungsi pertukaran, fungsi fisik, fungsi penyedia sarana. Fungsi pertukaran yaitu fungsi yang melakukan penjualan dan pembelian (Darmawan dan Putera, 2014:105). Fungsi pertukaran yaitu fungsi yang melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Pihak-pihak yang terlibat dalam fungsi ini adalah pedagang (broker)

dan agen yang mendapat komisi karena mempertemukan penjual dan pembeli. Dan penetapan harga merupakan bagian dari fungsi pertukaran (Hanafie, 2010:212).

Fungsi fisik yaitu fungsi yang melakukan pengangkutan, penyimpanan dan fungsi pengolahan (Darmawan dan Putera, 2014:105) Fungsi fisik adalah fungsi yang mengusahakan agar pembeli memperoleh barang atau jasa yang diinginkan sesuai pada tempat, waktu, bentuk, dan harga yang tepat. Untuk menjalankan fungsi ini perlu adanya keterlibatan jasa transportasi, jasa penyimpanan, jasa pemrosesan (Hanafie, 2010:212). Lembaga fisik seperti badan pengangkut, lembaga perantara seperti pedagang pengecer dan grosir, lembaga fasilitas seperti bank desa, kredit desa, dan KUD (Hutabarat, 2012:25). Distribusi fisik merupakan suatu fungsi saluran kunci dan merupakan bagian penting dari strategi dan manajemen saluran (Cravens, 1996:30).

Fungsi penyedia sarana fungsi ini merupakan kegiatan yang menolong sistem pasar untuk dapat beroperasi lebih lancar. Ini memungkinkan pembeli, penjual, pengangkut dan pemroses dapat menjalankan tugasnya tanpa terlibat risiko, serta mengembangkan rencana pemasaran yang tertata dengan baik. Fungsi penyedia sarana yang harus dilakukan meliputi beberapa hal yaitu, informasi pasar, penanggungan risiko, standarisasi dan pengolahan mutu, pembiayaan (Hanafie, 2010:212). Sistem distribusi adalah sumber daya eksternal yang utama. Sistem ini sama penting dengan sumber daya internal utama lainnya seperti produksi, riset, rekayasa, dan personil penjualan serta fasilitas lapangan. Sistem distribusi juga menggambarkan komitmen terhadap seperangkat

kebijakan dan praktik yang merupakan bahan dasar untuk disusun menjadi suatu hubungan jangka panjang yang luas (Kotler, 2001:182).

Menurut Aji (2017:477) Lembaga tata niaga yang biasanya terlibat adalah: (1) Produsen, yaitu petani yang menghasilkan suatu produk pertanian. (2) pedagang pengepul, yaitu pedagang yang mengumpulkan produk-produk hasil pertanian dari petani produsen yang kemudian memasarkannya kembali kepedagang besar atau pedagang lain. (3) pedagang besar yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengepul atau langsung dari produsen, serta menjual kembali kepada pengecer atau pedagang lain. (4) pedagang pengecer, yaitu pedagang yang menjual barang kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam komponen kecil. (5) konsumen, yaitu pembeli atau pemakai akhir yang mengkonsumsi hasil produk pertanian.

Dalam lembaga saluran pemasaran anggota saluran pemasaran melakukan fungsi utama dan berpartisipasi dalam arus pemasaran yaitu: (1) informasi: pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan, pesaing, dan pelaku lain serta kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang potensial dan yang ada saat ini. (2) promosi: pengembalian dan penyebaran komunikasi persuasif mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan. (3) negosiasi: usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan. (4) pemesanan: komunikasi terbaik dari anggota saluran pemasaran dengan produsen mengenai minat untuk membeli. (5) pembiayaan: perolehan dan

alokasi dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda. (6) pengambilan risiko: asumsi risiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran tersebut. (7) pemilikan fisik: kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir. (8) pembayaran: transfer kepemilikan sebenarnya dari satu organisasi untuk orang ke organisasi atau orang lain. (9) Hak milik: transfer kepemilikan sebenarnya dari satu organisasi atau orang ke organisasi atau orang lain (Kotler, 2001: 685).

Menurut Jiptono (2015:351) lembaga tata niaga dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, anggota-anggota saluran distribusi menjalankan sejumlah fungsi utama dan terlibat dalam aliran kegiatan pemasaran, yaitu: (1) informasi, meliputi pengumpulan dan pendistribusian informasi tentang konsumen, produsen, pesaing, dan kekuatan atau pelaku pasar lain dalam lingkungan pemasaran yang ada sekarang maupun yang potensial, demi kepentingan perencanaan pemasaran dan fasilitas sipertukaran. (2) promosi, yaitu perancangan dan penyebar luasan komunikasi persuasive tentang produk. (3) kontak, yaitu menemukan dan berkomunikasi dengan calon konsumen. (4) *Maching*, yaitu menyelaraskan produk agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, termasuk diidalamnya aktivitas-aktivitas seperti permanufacturan, *garding*, perakitan, dan pengemasan. (5) negosiasi, yaitu usaha untuk mencapai kesepakatan tentang harga, persyaratan pembayaran, ketentuan pengiriman produk, dan aspek lainnya yang memungkinkan terjadinya transaksi kepemilikan produk. (6) distribusi fisik, mencakup pengangkutan dan

penyimpanan produk. (7) pembiayaan, yaitu mendapatkan dan memanfaatkan dana untuk menutupi biaya-biaya distribusi. (8) *risk taking*, yaitu menanggung risiko berkenaan dengan aktivitas-aktivitas saluran distribusi.

Tingkatan saluran dalam pemasaran menurut Laksana (2008:124) terdiri dari: (1) saluran nol tingkat atau saluran pemasaran langsung. (2) saluran satu tingkat yaitu, mempunyai satu perantara penjualan. didalam pasar konsumen, perantara ini sekaligus merupakan pengecer (*retailer*), sedangkan dalam pasar industri merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri. (3) saluran dua tingkat, yaitu mempunyai dua perantara penjualan. Di dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar (*whole saler*), dan sekaligus pengecer (*retailer*) sedang dalam pasar industri mereka mungkin merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industry. (4) saluran tiga tingkat, yaitu saluran yang mempunyai tiga perantara penjualan, yaitu grosir, pemborong (*jobber*), dan pengecer, seorang pemborong biasanya ada di tengah antara grosir dan pengecer. Sedangkan Aji (2015:28) mengatakan bahwa saluran tata niaga dapat dibedakan menjadi beberapa tingkatan yaitu: saluran tingkat nol, yaitu produsen langsung menjual produknya. Saluran tingkat satu, yaitu hanya terdapat satu lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pengecer. Saluran tingkat dua, dimana terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran yaitu pengepul dan pengecer.

Menurut Swastha dan Irawan (2005) terdapat berbagai macam saluran distribusi barang konsumsi, diantaranya: (1) Produsen-konsumen, bentuk saluran distribusi ini merupakan yang paling pendek dan sederhana karena tanpa

menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah kerumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung. (2) produsen-pengecer – konsumen, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. (3) produsen – pedagang besar-pengecer- konsumen, saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan saluran distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani oleh pengecer saja. (4) Produsen – agen – pengecer – konsumen, disini produsen memilih agen sebagai penyalurnya untuk menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualan yang utama ditujukan kepada para pengecer besar, (5) Produsen – agen – pedagang besar – pengecer – konsumen, dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya ke toko-toko kecil (Rahim, 2016:5).

Saluran pemasaran sederhana hasil pertanian menurut Daniel, (2002:159) yaitu: saluran pertama dari petani – konsumen, saluran kedua dari produsen – pengecer – konsumen. Saluran ketiga dari petani – perantara – pengecer – konsumen. Sistem distribusi pasar menurut Prajanti dan Setiawan (2010:72) distribusi pasar berkaitan dengan pemilik dan pengendali produk

dalam proses pemindahannya kepada pelanggan terdapat tiga sistem distribusi pasar: (1) distribusi langsung dari manufaktur yaitu, dari petani – konsumen, (2) sistem distribusi perantara yaitu, petani – perantara – konsumen, (3) sistem perantara utama yaitu, petani – perantara (pedagang atau agen) – dealer – konsumen.

2.1.3.3 Distribusi Gula Semut

Tanaman kelapa mempunyai banyak manfaat dari setiap bagian tanaman kelapa mempunyai nilai ekonomi yang di artikan sebagai pohon kehidupan. Pohon kelapa selain menghasilkan buah kelapa, pohon kelapa juga bisa disadap niranya dan diolah menjadi berbagai produk yang bernilai tinggi (Hertini *et al.*, 2016:60). Tanaman kelapa hampir semua bagiannya dapat dimanfaatkan oleh manusia. Menurut Jumiati *et al.*, (2013:1) tanaman kelapa adalah tanaman serba guna, tanaman kelapa dapat digunakan baik untuk keperluan pangan maupun non pangan. Setiap dari tanaman kelapa bisa dimanfaatkan untuk kepentingan manusia sehingga tanaman kelapa dijuluki sebagai *the tree of life* (pohon kehidupan), karenanya hasil dari tanaman kelapa mempunyai nilai ekonomi yang tinggi.

Menurut Efendi (2017:110) hasil dari olahan kelapa yaitu gula semut yang dapat dijadikan bahan pemanis makanan. Gula semut merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang dapat dimanfaatkan untuk pengolahan berbagai jenis makanan seperti roti kukus, bubur sum-sum dan lain-lain. Dengan demikian gula semut mempunyai peranan penting dalam sistem pangan. Selain sebagai penyedia rasa manis, gula juga banyak di butuhkan oleh manusia untuk

di konsumsi. Keunggulan gula semut yaitu pamasaran yang kini telah mendunia karena diyakini lebih sehat dibandingkan gula tebu. Menurut Tradinorganic (2013) gula semut organik ini mempunyai keunggulan yaitu, rendahnya *Glutamic Index*, kurang dari 80% *fructose* daripada *agave stirrup*, sebagai alternative *agave*, madu, *maple*, dan gula tebu, disertifikasi organik, dan merupakan sumber daya alam yang berkelanjutan (Anandhiya, 2017:36).

Menurut Dinas Pertanian Perkebunan Kabupaten Purbalingga (2019), gula semut merupakan salah satu bentuk produk lanjutan dari nira kelapa yang dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk meningkatkan pendapatan petani gula. Menurut Putri *et al.*, (2018:24) dengan adanya pengolahan hasil pertanian yang bertujuan untuk mengawetkan, menyajikan produk menjadi lebih siap dikonsumsi serta meningkatkan kualitas produk sehingga dapat disajikan dalam bentuk yang lebih baik sehingga dapat memperoleh harga jual yang lebih tinggi. Menurut Anandhiya (2017:33) pada umumnya gula semut sering di gunakan sebagai bumbu dapur untuk masak sehari-hari. Adapun pengolahan gula semut masih di proses dengan cara sederhana yaitu mendidihkan gula nira kelapa hingga nira berkurang dan samapai mengental secara merata dan kering sehingga gula bisa di ayak untuk dijadikan gula semut.

Selain itu industri pengolahan gula semut memiliki kemampuan yang besar dalam meyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Farizi, 2017:4). Jangkauan pemasaran gula semut meliputi lokal, antar provinsi bahkan mencapai ekspor (Dinas Pertanian Kabupaten Purabalingga, 2019). Pada umumnya pengrajin gula semut Desa Selakambang tidak menjual langsung

kepada konsumen akhir. Produsen menjual terlebih dahulu kepada pedagang pengepul, kemudian dari pengepul menjual ke pedagang besar kemudian konsumen akhir. Dan ada juga dari petani ke pengepul lalu menjual ke pengecer ke konsumen akhir. Selama proses tersebut, masing-masing lembaga memiliki fungsi dan pemasaran masing-masing, seperti, pembelian, penjualan, penyimpanan dan lain-lain.

Dengan adanya saluran pemasaran, ketika semakin panjang saluran pemasaran dan semakin jauh lembaga pemasaran, maka semakin rendah keuntungan produsen, semakin pendek saluran pemasaran dan semakin dekat lembaga pemasaran yang dilalui dari produsen maka semakin tinggi tingkat keuntungan yang diperoleh (Sofanudin, 2017:49). Dalam memasarkan gula semut sampai ke konsumen akhir, dan sering kali produk yang dipasarkan melalui lembaga pemasaran yang ada. Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa produsen akan memasarkan gula semut langsung ke konsumen akhir. Karena memilih saluran pemasaran merupakan keputusan yang rumit yang harus dihadapi oleh produsen (Permadi, 2017:122).

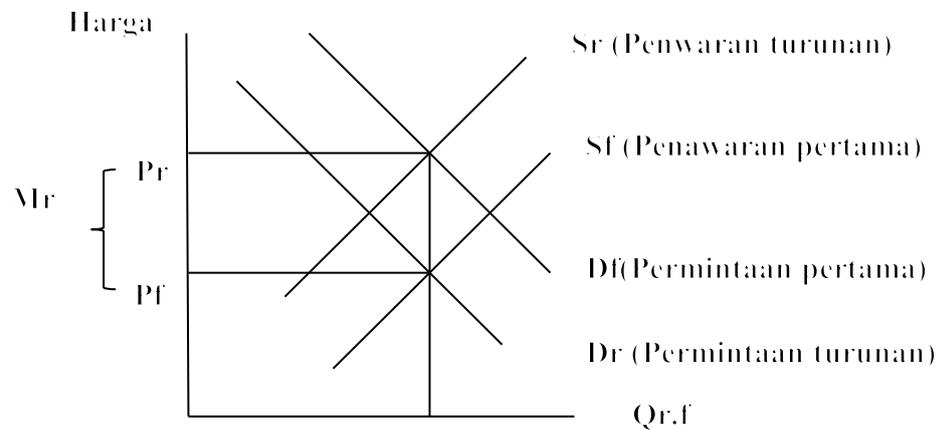
2.1.4 Konsep Margin Tata Niaga

Moher Daniel (2002:159) menyatakan bahwa margin adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga niaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Semakin panjang tata niaga (semakin banyak lembaga tata niaga yang terlibat) maka semakin besar margin tataniaga. Menuert Hanafie (2010:209) margin pemasaran atau tata niaga (*marketing margin*) adalah harga

yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tinggi rendahnya margin pemasaran dicapai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran (tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan). Semakin besar margin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut.

Margin tata niaga didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau sebagai nilai dari jasa pelaksanaan kegiatan tata niaga dari produsen ke titik konsumen akhir. Margin tata niaga adalah perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen untuk produk tersebut dengan harga yang diterima oleh produsen untuk menghasilkannya (Wulandari, 2015:12). Margin tata niaga atau pemasaran digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dalam perspektif makro, yaitu menganalisis pemasaran produk mulai dari petani produsen sampai ke tangan konsumen akhir (Nasution *et al.*, 2015:224). Margin pemasaran merupakan salah satu indikator efisiensi pemasaran, semakin rendah margin pemasaran maka semakin menguntungkan bagi konsumen dikarenakan harga jual yang murah (Putri *et al.*, 2018:28)

Menurut Handayani (2011) margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan ditingkat konsumen akhir (Hidayat *et al.*, 2016:120). Margin tata niaga didefinisikan sebagai perbedaan antara apa yang dibayar oleh konsumen (P_r) dan apa yang diterima oleh produsen (P_f) untuk produk pertaniannya (Amalia, 2012:36). Margin pemasaran diantara petani dan hubungan antara fungsi margin tata niaga diantara pertanian dan pedagang dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2. 1 Hubungan Antara Fungsi-Fungsi Pertama Dan Turunan Terhadap Margin Tataniaga Dan Nilai Margin Tata Niaga (Limbong Dan Sitorus, 1987)

Berdasarkan gambar 2.1 di atas dapat dilihat besarnya nilai margin bahwa permintaan primer ditentukan oleh responden dari konsumen akhir. Didalam analisis primer, harga eceran dan data kuantitas biasanya digunakan untuk menentukan hubungan primer. Nilai margin tata niaga yang merupakan hasil perkalian dari perbedaan harga pada dua tingkat lembaga tata niaga (dalam hal ini selisih harga eceran dengan harga petani) dengan jumlah produk yang dipasarkan (Anindita, 2017:120). Semakin besar perbedaan harga antara lembaga-lembaga tata niaga yang terlibat, terutama antara harga yang terjadi di tingkat eceran dengan harga yang diterima petani, maka semakin besar pula margin tata niaga dari komoditas yang bersangkutan. Hal ini disebabkan banyak lembaga tata niaga yang terlibat mengakibatkan biaya tata niaga meningkat akan diikuti peningkatan pengambilan keuntungan oleh setiap lembaga tata niaga yang terlibat.

Margin pemasaran menurut Sudiyono (2002) adalah hasil pengurangan antara harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat petani (Indraswari *et al.*, 2015:368). Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk mengetahui margin pemasaran dapat menggunakan harga yang digunakan oleh petani dan lembaga pemasaran (Jumiati, 2013:4). Margin tata niaga atau pemasaran digunakan untuk mengukur jumlah keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran. Dengan analisis margin juga dapat diketahui bagian (*share*) yang diterima petani. Secara sistematis analisis margin dapat dirumuskan:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Margin

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga ditingkat produsen (Rp)

Menurut Hidayat *et al.*, (2016:120) margin pemasaran dapat dilihat melalui hasil yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara. Margin tata niaga juga dapat dihitung melalui biaya pemasaran dan keuntungan. Karena menurut Firdaus *et al.*, (2017:421) dalam margin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan. Menurut Sudiyono (2001) dalam Yunarti (2017:114) untuk menghitung margin tata niaga maka dapat digunakan rumus:

$$Mp = Bp + Kp$$

Keterangan:

Mp: margin pemasaran (Rp/Kg)

Bp : Biaya Pemasaran(Rp/Kg)

Kp : Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima dan presentasi margin pemasaran yang dinyatakan dalam (%). Suatu sistem distribusi dikatakan efisien jika besarnya tingkat margin bernilai kurang dari 50% dari tingkat harga yang dibayarkan konsumen (Purnomo, 2018:19). Kriteria pengambilan keputusan jika bagian harga yang diterima produsen lebih dari 40% berarti pemasaran dikatakan efisien dan jika bagian harga yang diterima produsen kurang dari 40% berarti pemasaran dikatakan tidak efisien (Putri, *et al.*, 2018:27).

2.1.5 Efisiensi Tata Niaga

Efisiensi pemasaran adalah akumulasi dari ratio input dan output. Input berupa biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan hasil produksi, sedangkan *output* adalah kepuasan dari konsumen (Permadi, 2017:122). Efisiensi pemasaran atau tata niaga dapat diukur melalui efisiensi berupa presentase harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) terhadap harga kepada konsumen. Ketika *farmer's share* mempunyai hubungan negatif dengan margin pemasaran berarti tingginya margin pemasaran akan mengakibatkan kecilnya presentase yang diterima oleh petani (Apriliani, 2015:19). *Farmer's share* merupakan salah satu pendekatan untuk

menentukan efisiensi tata niaga. Suatu indikator untuk mengukur efisiensi saluran pemasaran adalah margin tata niaga (Wulandari, 2015:12).

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) bahwa pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran tercapai jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran, yaitu produsen, konsumen akhir dan lembaga-lembaga pemasaran lainnya (Aprliani, 2015:19). Menurut Soekartawi (2002), saluran pemasaran atau tata niaga dapat dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dalam keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut dalam produksi dan pemasaran tersebut (Aji, 2017:483).

Sistem pemasaran atau tata niaga dapat dikatakan efisien apabila: (1) mampu menyampaikan hasil produksi kekonsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya, (2) mampu mengadakan pembagian secara adil. Yang dimaksud adil adalah memberikan penghasilan atau imbalan yang sesuai dengan fungsi masing-masing. Adil bagi produsen sesuai dengan *input* yang dikeluarkan, sehingga produsen memperoleh keuntungan dari usahanya. Adil bagi pedagang perantara sesuai dengan biaya operasional yang dikeluarkan untuk menyalurkan barang kepada konsumen (Daniel, 2002:155). Sistem tata niaga dapat dikatakan efisien bila memenuhi 2 syarat yaitu: 1) mamapu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan 2). Mampu mengadakan pembagian yang adil daripada keseluruhan harga

yang di bayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut seta dalam kegiatan produksi dan tata niaga barang itu. Yang di maksud adil dalam hal ini adalah pemberin balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai dengan sumbangan atau kontribusi masing-masing lembaga (Mubayarto, 1972 :150).

Saluran pemasaran akan dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang telah dibayarkan oleh konsumen (Indraswari *et al.*, 2015:370). Faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai ukuran efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (1993) yaitu (1) keuntungan pemasaran, (2) harga yang diterima konsumen, (3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi, (4) kompetisi pasar yaitu persaingan diantara pelaku pemasaran. Pemasaran di katakana efisien apabila perbandingan *share* keuntungan dengan biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran merata (Jumiati, 2013:5)

Menurut Anwar (2014:207) tata niaga dapat dikatakan efisien bisa dilihat melalui *farmer's share* dapat dipengaruhi oleh tingkat pengolahan, keawetan produk, ukuran produk, jumlah produk dan biaya transportasi. Nilai *farmer's share* ditentukan berdasarkan rasio harga yang diterima petani (Pf) dengan harga yang diterima oleh konsumen akhir (Pr) dan dinyatakan dalam bentuk presentase. Khaswarina (2014:212) Farmer's share didapatkan dari hasil bagi antara Pf dan Pr, dimana Pf adalah harga di tingkat petani, Pr adalah harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Adapun rumus untuk mengitung *Farmer's share*

efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran data dihitung dengan nilai presentasi dari presentase margin pemasaran dari masing masing saluran pemasaran dapat menggunakan rumus.

Presentase Margin Pemasaran

$$Mp = \left(\frac{Hk - Hp}{Hk} \right) \times 100\%$$

Keterangan :

Mp = Marjn pemasaran

Hk = Harga konsumen (Rp/kg)

Hp = Harga Produsen (Rp/kg)

Bagian yang diterima produsen (*farmer's share*)

$$Fs = \frac{Hp}{Hk} \times 100\%$$

Keterangan

Fs : Farmer's Share

Hk : Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Hp : Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Efisiensi pemasaran dilihat berdasarkan biaya pemasaran

$$Ep = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan :

Ep : Efisiensi pemasaran

TB : Total biaya pemasaran (Rp/kg)

TNP : Total nilai produk (Rp/kg)

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima produsen dan presentase margin pemasaran yang dinyatakan dalam persen (%) (Yuniarti, 2017:115). Pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai presentase margin pemasaran yang rendah. Apabila bagian yang diterima produsen lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien ketika yang diterima produsen kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien (Khaswarina, 2014:212). Salah satu indikator untuk melihat efisiensi kegiatan tata niaga adalah dengan membandingkan presentase atau bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir. Efisiensi tata niaga didefinisikan sebagai kegiatan perubahan yang menimbulkan kegiatan perubahan meminimalkan biaya input tanpa harus mengurangi kepuasan konsumen dengan *output* barang dan jasa (Darmawan, 2014: 110)

2.2 Kerangka Teoritis

Selain didukung oleh teori diatas, penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang telah banyak dilakukan penelitian tentang tata niaga. Penelitian oleh Ali *et al.*, (2017: 266) yang menunjukkan bahwa sistem pemasaran kubis belum efisien, karena struktur pasar oligopsonistik di tingkat petani, tetapi oligopolistic di tingkat konsumen akhir, walaupun produk homogeny dan pelaku pasar bebas masuk keluar pasar. Penentuan dan pembentukan harga yang terjadi cukup sederhana, baik di tingkat petani hingga konsumen akhir; akan tetapi masih merugikan petani karena sebagai *price taker*, metode pembayaran kepada petani cenderung sistem tunda. Keragaman pasar

dalam sistem pemasaran kubis menunjukkan *producer share* masih rendah (hanya kurang dari 54,49%), margin pemasaran masih cenderung tinggi (terutama di tingkat pedagang pengumpul dan tengkulak, dan laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat konsumen akhir lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat produsen).

Hasil penelitian Sofanudin dan Budiono (2017:54) mengenai saluran pemasaran cabai rawit yang terdapat tiga saluran pemasaran yaitu saluran pertama petani – pengumpul – konsumen dengan margin sebesar 6.500 per kg. Saluran kedua petani – petani pengumpul – petani besar - petani pengecer – konsumen dengan margin Rp 10.000 kg. Saluran ketiga dari petani – petani besar – petani pengecer – konsumen dengan margin Rp 10.000. berdasarkan tinggi dan rendahnya margin pemasaran, maka saluran pemasaran II dan III merupakan pemasaran yang paling kurang efisien secara ekonomi dan pada saluran ketiga semuanya saling menguntungkan.

Penelitian Aji dan Nur (2017:483) tentang analisis tata niaga buah naga dengan hasil penelitian tata niaga buah naga terdapat lima lembaga yang terlibat yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengumpul tingkat dua, pedagang pengumpul tingkat tiga, pedagang grosir pasar induk, pedagang pengecer. Dengan empat saluran yang terbentuk yaitu saluran satu petani – pedagang pengumpul tingkat pertama – pedagang pengecer – konsumen. Saluran kedua dari petani – pedagang pengumpul tingkat kedua – pedagang pengecer- konsumen. Saluran ketiga dari petani – pedagang pengumpul tingkat kedua – pedagang

pasar induk – pedagang pengecer – konsumen. Saluran ke empat dari petani – pedagang pengumpul tingkat pertama – pedagang pengumpul tingkat kedua – pedagang pasar induk – pedagang pengecer – konsumen. Dan berdasarkan efisiensi tata niaga komoditas buah naga saluran pertama yang paling efisien karena memiliki margin tata niaga terkecil.

Penelitian Hertini dkk (2016:60) tentang uji efisiensi pemasaran gula semut tingkat saluran atau pasok yang dalam penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa dalam pemasaran terdapat dua saluran pemasaran. Nilai efisiensi EP pada saluran distribusi rantai pasok I di tingkat petani sebesar 0.12% dan di pedagang sebesar 0,20%, sedangkan pada saluran saluran distribusi rantai pasok II di tingkat petani sebesar 13,2% dan tingkat pedagang sebesar 14,2% adalah lebih kecil dari pada 50% sehingga saluran pemasaran gula semut dikatakan efisien.

Hutabarat (2013:91) tentang analisis sistem tata niaga komoditas brokoli di desa tugu utara, kecamatan cisarua, kabupaten bogor. Saluran tata niaga brokoli di desa Tugu Utara ada tiga saluran satu petani, pedagang, pengepul desa, pedagang besar, pedagang pengecer, konsumen akhir; saluran kedua petani, pedagang besar, pedagang pengecer, konsumen akhir; saluran ketiga petani, pedaganag pengecer, konsumen akhir. Dan saluran saatu merupakan saluran yang paling efisien diantara ketiga saluran yang terbentuk.

Anwar (2015:91) tentang analisis tata niaga ubi jalar. Hasil penelitian dalam sistem tata niaga ubi jalar di desa Purwosari terdapat lima lembaga tata niaga ubi jalar yaitu tingkat pertama petani selaku produsen ubi jalar, kedua

pedagang pengumpul tingkat pertama, pedagang pengumpul tingkat kedua, pedagang grosir, dan pedagang pengecer. Dan terdapat tiga saluran tata niaga. Pertama (petani-pedagang tingkat satu - pabrik tepung), yang kedua (petani-pedagang pengumpul tingkat 1 - pedagang pengumpul tingkat 2 - pedagang grosir -pedagang pengecer - konsumen), tiga (petani - pedagang pengumpul tingkat 1 - pedagang pengumpul tingkat 2 - pedagang grosir- konsumen).

Amalia (2012 : 103) tentang analisis tata niaga wortel di Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur Jawa Barat. Dalam penelitian ini melibatkan beberapa saluran tata niaga yaitu petani, pedagang pengumpul kebun (PPK), Sub Terminal Agribisnis (STA), pedagang besar sampai pedagang pengecer . tata niaga di Kecamatan Pacet terdapat empat saluran yang masing-masing lembaga tataniaga menghadapi fungsi pemasaran, struktur, perilaku pasar, dan keragaman pasar yang berbeda. Struktur dihadapi oleh petani, PPK dan sebagian pedagang pengecer adalah pasar persaingan sempurna, sedangkan yang dihadapi oleh STA dan pedagang besar cenderung mengarah ke pasar oligopoli.

Yani (2013:56) mengenai analisis tata niaga komoditas kacang tanah (*arachis hypogea l*) Di Kecamatan Kluet Utara Kabupaten Aceh Selatan. Sistem tataniaga ini terdiri dari dua pola saluran tataniaga pola satu (petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer - konsumen. Pola kedua yaitu (petani – pedagang pengecer – konsumen). Struktur yang dihadapi petani kacang adalah pasar bersaing sempurna dan perhitungan efisiensi tata niaga untuk komoditas kacang tanah sudah efisien dengan total share margin 34,05 persen atau Rp. 20.884.754 dan saluran kedua dengan share margin 27,27 persen atau Rp. 16.725.000.

Penelitian Mutoyoba (2015:286) tentang kinerja pasar dan pilihan saluran pemasaran petani yang menunjukkan bahwa pasar bersifat informal yang melibatkan penjualan di gerbang pertanian (saluran pemasaran). Yang membutuhkan pengangkutan untuk mengangkut produk petani ke pasar yang mana sebagian besar produsen menjual melalui serangkaian perantara yang didominasi oleh perakit dan petani biasanya mengeluarkan biaya lebih sedikit dengan saluran ini. Di pasar yang berkembang dengan baik petani adalah pengambil harga karena ada kepercayaan pada pedagang. Dan petani tidak menunjukkan kepercayaan kepada pedagang yang menyarankan preferensi kurang untuk pasar ini, meskipun dengan menawarkan harga yang lebih karena petani merasakan risiko yang lebih tinggi dieksploitasi oleh pedagang. Pilihan pasar yang diterima petani dan volume penjualan juga penting untuk peningkatan kinerja pasar. Ini menunjukkan bahwa petani biasanya menggunakan saluran yang dapat memberikan pengembalian yang tinggi dari kuantitas yang dihasilkan bukan dari harga satuan.

Tesfamriam (2015:1) hasil penelitiannya menyatakan bahwa ringkasan statistik variabel sosial ekonomi dan biaya transaksi yang digunakan dalam estimasi pilihan saluran pemasaran. Petani menggunakan saluran pemasaran yang berbeda untuk menjual madu mereka. Alternatif saluran ini termasuk pasar lokal (penjualan kepada konsumen di pasar mingguan), pengolah dan pedagang swasta. Literatur dalam saluran pemasaran menekankan bahwa petani lebih memilih saluran pasar tertentu karena kedekatannya atau saluran yang menawarkan yang terbaik. Karena, sebagian besar rumah tangga di wilayah studi menjual madu kepada pedagang swasta.

Hasil penelitian Xiong dkk (2014:1) menyatakan bahwa untuk menjaga saluran pemasaran dalam produk pertanian, sangat penting jika melakukan evaluasi kuantitatif yang adil dan wajar tentang risiko saluran pemasaran. Peneliti menggunakan data statistik dan *Prinsip Component Analisis* (PCA) dan *analisis cluster* untuk mengevaluasi dan menganalisis risiko saluran pemasaran produk pertanian. Sebagai saluran yang penting di mana perusahaan menghubungkan pasar dan konsumen. Dan masalah pembanguna pertanian, pedesaan, petani selalu menjadi salah satu masalah terpenting pemerintahan. Permintaan pertanian produk telah ditransmisikan dari kekurangan keseluruhan ke tahap surplus relative, yang mengarah pada persaingan yang ketat dalam pemasaran produk pertanian.

Temsegen (2017:1) dalam penelitiannya mengidentifikasi saluran pemasaran dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pilihan rumah tangga pertanian. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa produsen wijen dihadapkan dengan kurangnya varietas benih yang lebih baik dan penyakit di hama yang tinggi. Disisi pemasaran, akses yang terbatas ke pasar, harga produk yang rendah, kurangnya penyimpanan, kurangnya transportasi dan kualitas produk yang rendah adalah masalah utama. Hasil model multinomial logit menunjukkan bahwa probabilitas memilih outlet kolektor secara signifikan dipengaruhi oleh tanah, harga pasar wijen, keanggotaan untuk koperasi, akses kredit, dan memiliki fasilitas transportasi dibandingkan dengan outlet grosir. Demikian probabilitas untuk memilih outlet pemasaran koperasi dipengaruhi oleh tanah dan jumlah wijen yang dihasilkan dibandingkan dengan outlet grosir.

Penelitian Oteh (2014:11) menjelaskan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendapatan bersih, biaya pemasaran, dan margin pemasaran lebih tinggi di daerah perkotaan, yang menyiratkan bahwa pemasar di daerah semi-perkotaan beroperasi di bawah tingkat efisiensi optimal. Oleh karena itu dalam penelitiannya menyarankan perlunya masukan manajemen logistic terpadu dan strategi pemasaran sebagai langkah untuk mengurangi biaya pemasaran yang tidak perlu, program peningkatan kapasitas untuk pemasar dan peningkatan dalam pembangunan infrastruktur sebagai sarana untuk mengatasi efisiensi pemasaran dan kesejahteraan pelanggan.

Parausic (2016:8) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa petani dapat mengembangkan kluster yang sukses dan dapat mempertahankan posisi terdepan di pasar global, hanya dengan mengikuti asumsi, seperti: saluran pemasaran yang lebih terorganisir melalui intergrasi vertikal dan horizontal semua aktor disektor ini, memperkuat koperasi khusus untuk produksi dan asosiasi petani *raspberry*, dan dimasa depan mendirikan organisasi dan asosiasi produsen, memasukan produsen buah olahan lain, memperkenalkan inovasi, pengetahuan ilmiah, dan pnelitian pengebangan dalam produksi, pengolahan, pengepakan, logistik, ekspor *raspberry* dan lain-lain.

Penelitian Danil dkk (2014:42) tentang produksi dan pemasaran kakao menunjukkan bahwa kinerja pemasaran kakao belum efisien, hal ini berdasarkan indikator besarnya margin pemasaran, kecilnya bagian harga yang diterima petani dan belum terintegrasinya pasar ditingkat petani dengan pasar ditingkat pedagang kabupaten. Pada pemasaran kakao ini margin terbesar diterima oleh

pedagang nagari pada saluran pemasaran III. Bagian harga yang diterima dapat ditentukan dari margin pemasaran. Dimana semakin kecil, seperti yang terjadi pada saluran pemasaran I dan III. Sehingga saluran pemasaran II yang memberikan bagian harga tertinggi pada petani. Dalam meningkatkan produksi dan pemasaran kakao dapat dilakukan dengan pembinaan, penguatan dan pemberdayaan kelompok tani yang sudah ada.

2.3 Kerangka Berfikir

Penelitian ini di tinjau dari fenomena yang ada pada petani pembuat gula semut yang tergabung dalam kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga. Gula semut merupakan produk unggulan desa yang dimana suatu produk memerlukan saluran pemasaran atau tata niaga. Menurut Mosher (1965) begitu pentingnya pasar untuk hasil usaha tani merupakan salah satu syarat pokok dari lima syarat yang harus tersedia bagi para petani jika pertanian hendak dikembangkan (Hanafie, 2010:12).

Dalam suatu tata niaga setiap lembaga akan mengeluarkan biaya dan mengambil keuntungan. Maka dari itu hasil pertanian yang sampai pada konsumen sudah memperoleh nilai tambahan yang relatif makin besar dan menyebabkan presentasi nilai rupiah yang di terima petani menjadi semakin kecil (Mubaryato, 1972: 152). Perbedaan harga inilah yang dinamakan margin tata niaga. Margin tata niaga merupakan nilai dari selisih harga ditingkat konsumen dan harga di tingkat produsen, tata niaga juga dapat diketahui dengan menggunakan biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran (Yuniarti, 2017: 114). Jadi untuk mengetahui margin tata niaga dapat diketahui melalui selisih

harag ditingkat produsen dan konsumen, dan dapat menggunakan biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Yang bisa dihitung melalui rumus :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan

M : Marjin

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga ditingkat produsen (Rp)

Sistem tata niaga dapat di katakana efisien bila mampu menyampaikan hasil hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang di bayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam produksi dan tataniaga barang itu. Adil yaitu pemberian balas jasa sesuai dengan fungsi-fungsi pemasaran sesuai sumbangannya masing-masing (Mubayarto, 1972 : 150). Jadi untuk mengetahui tingkat efisiensi dapat diukur dengan margin tata niaga dan *farmer's share*.

$$Fs = \frac{Hp}{Hk} \times 100\%$$

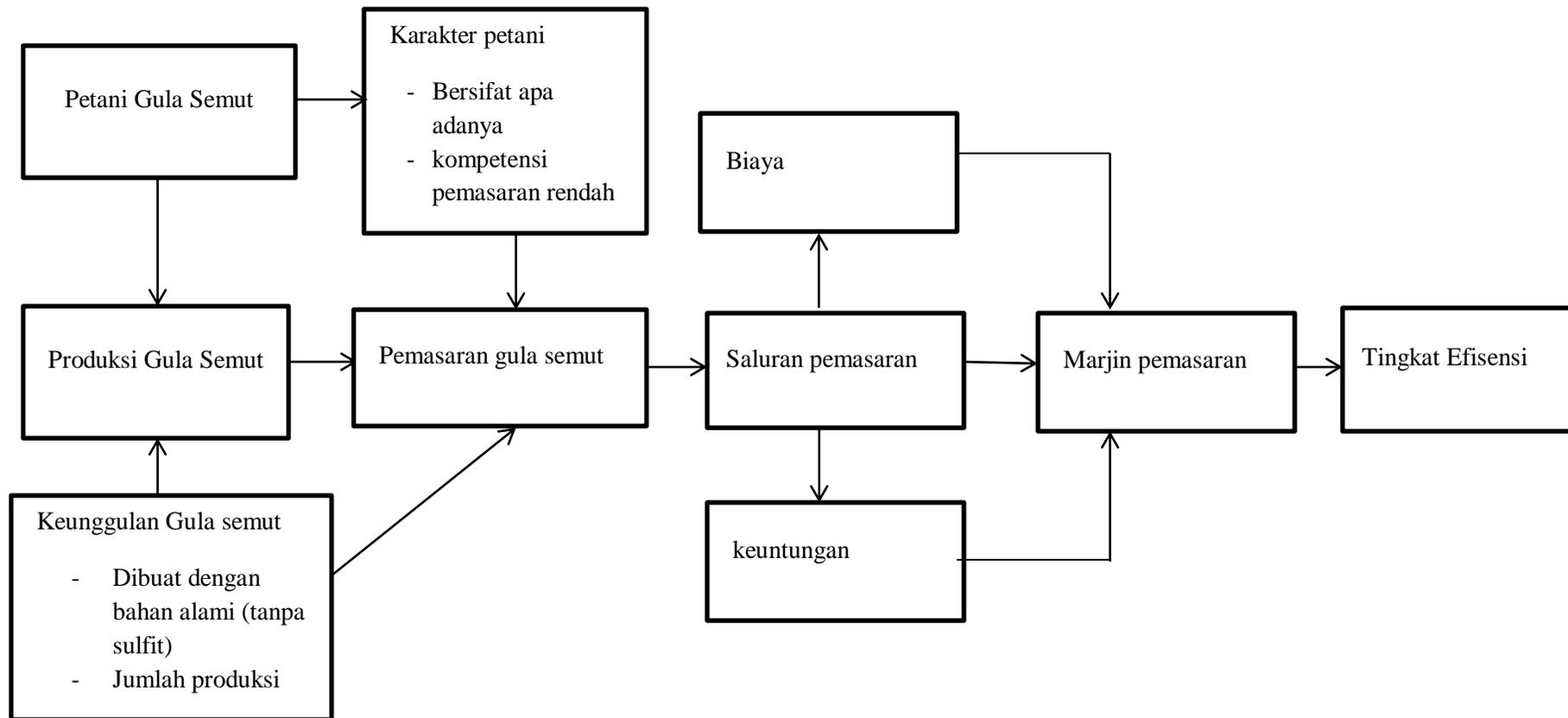
Keterangan

Fs : Farmer's Share

Hk : Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Hp : Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Untuk mengetahui bagaimana saluran tata niaga produksi gula semut di Desa Selakambang dan tingkat ke efisienya peneliti menggunakan kerangka berfikir seperti pada gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Deasain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek atau subjek penelitian dengan mengumpulkan data secara menyeluruh, sistematis mengenai fakta-fakta lapangan yang menjadi tujuan utama dari penelitian deskriptif kualitatif. Menggunakan metode ini, peneliti berusaha mendeskripsikan dan menganalisis saluran tata niaga produksi gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Sekambang.

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Menurut Moleong (2016:8-110) karakteristik penelitian kualitatif antara lain : (1) latar alamiah; (2) manusia sebagai instrumen; (3) menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen; (4) analisis data dilakukan secara induktif; (5) teori dari dasar yaitu, pencarian data bukan dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis terhadap nilai-nilai kontekstual; (6) deskriptif, dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka; (7) terdapat adanya fokus penelitian; (8) lebih mementingkan proses dari pada hasil.

Desain Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Yin (2002) mendefinisikan studi kasus sebagai proses penelitian bertujuan untuk menguji pertanyaan dan masalah penelitian yang tidak dapat dipisahkan dengan fenomena dan konteks dimana fenomena tersebut terjadi (Prihatsanti, 2018:128). Dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji bagaimana saluran tata niaga gula semut di Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga.

3. 2 Fokus dan Lokus Penelitian

Menurut Moleong (2007:12) penetapan fokus sebagai pokok masalah penelitian penting dalam usaha menemukan batas penelitian dimana fokus penelitian ini berupa permasalahan dalam penelitian. Setiap penelitian mempunyai fokus sebagai pokok masalah yang paling penting dan akan dijadikan batasan dalam penelitian. Fokus dari penelitian ini adalah sistem tata niaga, margin dan tingkat efisiensi tata niaga gula semut Desa Selakambang.

Lokus penelitian merupakan tempat dilakukannya penelitian. Lokasi dalam penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan produksi gula semut desa Selakambang merupakan produk unggulan desa dan satu satunya kelompok tani gula semut yang ada dan bertahan di Kecamatan Kaligondang dengan kualitas gula yang bagus, tanpa bahan kimia (Sulfit), belum memiliki PIRT sendiri dan pengemasan yang masih tradisional. Dalam memasarkan produk gula semut masih memerlukan saluran pemasaran untuk sampai ke konsumen, sehingga peneliti ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana saluran tata niaga produksi gula semut desa Selakambang.

3.3 Data dan Sumber Data Penelitian

Data dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung atau data primer. Informan dalam penelitian ini adalah petani atau produsen gula semut dan lembaga penyalurnya karena yang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan. Penelitian ini hendak mengkaji mengenai tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang, tingkat margin dan tingkat efisien dari tata niaga gula semut. Oleh karena itu data dan sumber data yang di butuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Data tentang sistem tata niaga yang digunakan untuk memasarkan gula semut peneliti membutuhkan sumber data meliputi kelompok tani Legen Tirta baik dari produsen maupun lembaga tata niaga,
2. Data tentang tingkat margin pada tata niaga gula semut, peneliti membutuhkan sumber data yang meliputi produsen dan lembaga tata niaga gula semut mengenai harga, biaya dan keuntungan.
3. Data tingkat efisiensi tata niaga gula semut, sumber datanya terdiri dari produsen dan lembaga tata niaga yang dapat diketahui dengan presentase margin tata niaga, bagian atau keuntungan yang diterima produsen dan biaya pemasaran.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian karena hasilnya akan berpengaruh terhadap langkah berikutnya dan dapat digunakan sebagai pendukung dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Teknik penelitian di butuhkan data yang relefan dan dapat dipercaya guna menunjang keberhasilan dalam mengkaji permasalahan dalam penelitian. Menurut Bungin (2011:110) bahwa metode data kualitatif yang yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data dan teknik analisis data adalah metode wawancara mendalam, observasi partisipasi, bahan dokumenter dan metode baru seperti bahan visual dan metode bahan penelusuran internet. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan studi dokumen.

3.4.1 Observasi

Teknik observasi yaitu teknik untuk mengetahui sesuatu yang sedang terjadi atau sedang dilakukan peneliti merasa perlu untuk melihat sendiri, mendengarkan sendiri atau merasakan sendiri (Afrizal, 2017: 21). Jenis observasi yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu teknik pengambilan data observasi partisipatif pasif, dalam hal ini peneliti datang ke tempat yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi untuk memperkuat informasi yang dihasilkan dan mampu mendapatkan data yang diperlukan mengenai tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta dengan tujuan peneliti dapat menganalisis tata niaga gula semut baik dari saluran pemasarannya, margin dan tingkat efisensi tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang.

3.4.2 Wawancara

Moleong (2016:186) menjelaskan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu

pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Dengan penggunaan teknik pengumpulan data dengan wawancara peneliti akan memperoleh data secara luas dan mendalam mengenai pelaksanaan tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara tidak terstruktur pada wawancara tidak terstruktur, peneliti menggunakan pedoman yang berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada produsen, penyalur tata niaga gula semut untuk memperoleh data mengenai saluran tata niaga gula semut, tingkat marjin tata niaga gula semut dan tingkat efisiensi tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang.

3.4.3 Studi Dokumen

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik studi dokumen karena dengan menggunakan teknik ini hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel dan dapat dipercaya jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang telah ada. Sugiyono (2016:240) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data dengan dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan tata niaga gula semut produksi kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

terkait dengan surat izin usaha, daftar nama lembaga saluran tata niaga yang digunakan dan dokumen sejenisnya yang dapat digunakan sebagai sumber data yang diperlukan oleh peneliti yaitu data mengenai saluran tata niaga yang digunakan untuk memasarkan gula semut, bagaimana tingkat margin tata niaga gula semut dan bagaimana tingkat efisiensi tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang.

3.5 Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang harus diperhatikan dari konsep kesahihan dan keandalan yang disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri (Moleong, 2016:321). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi dan ketekukan/ keajegan pengamat.

3.5.1 Triangulasi

Dalam pada penelitian ini peneliti akan menggunakan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi diartikan bahwa sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber data yang telah ada. Dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti (Sugiyono, 2016:241). Menurut Moleong (2016:332) teknik pemeriksaan keabsahan data peneliti dapat melakukan, (1) mengajukan berbagai pertanyaan, (2) mengecek dengan berbagai sumber data, (3) memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data data dari sumber yang sama. Peneliti juga menggunakan triangulasi sumber yang dan waktu untuk memperoleh data dari sumber yang berbeda dan waktu yang berbeda. Menggunakan triangulasi teknik, sumber dan waktu memungkinkan adanya perbedaan data dari observasi, wawancara, dan dokumen dari sumber dan waktu yang berbeda. Maka peneliti dapat mengecek data dari hasil observasi, membandingkan data dari hasil wawancara yang disampaikan oleh produsen maupun lembaga penyalur, dan data dari hasil studi dokumen. Dari hasil teknik dan sumber tersebut dideskripsikan dan dikategorikan mana hasil yang sama, berbeda dan lebih spesifik maka peneliti dapat menghasilkan suatu simpulan yang dianggap tepat.

3.5.2 Ketekunan/ Keajegan Pengamat

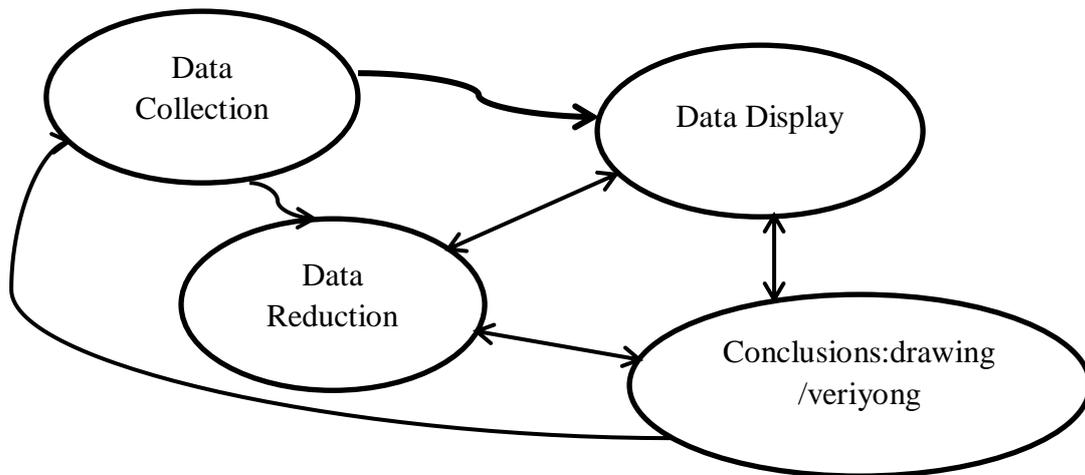
Keajegan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memsatkan hal-hal tersebut secara rinci (Moleong, 2016:329). Untuk memperoleh derajat keabsahan yang tinggi dan data yang dihasilakn harus benar sesuai dengan realita peneliti perlu meiningkatkan ketekunan dalam pengamatan dilapangan.

Dalam penelitian ini peneliti memilih memeriksa keabsahaan data dengan menggunakan ketekunan atau keajegan pengamat. Maka peneliti memilih dan mengolah data secara konsisten, teliti, dan rinci sesuai dengan fokus dan

pertanyaan peneliti yaitu mengenai saluran tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta, tingkat margin dan tingkat efisiensi pada saluran pemasaran tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang dan mengesampingkan hal-hal lain yang tidak berhubungan dengan fokus yang diteliti. Dengan tujuan peneliti menemukan kejenuhan data yang sedang diamati dan data tidak tercampur dengan data yang lain.

3. 6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman. Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2016:246). Adapun model interaktif data dalam analisis data dilapangan model Miles and Huberman pada gambar ditunjukan pada gambar 3.1



Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data di Lapangan Miles And Huberman

3.6.1 Pengumpulan data (*Data Collection*)

Peneliti melakukan pengumpulan data dari lapangan dengan cara mencatatanya atau merekam secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi, wawancara dan studi dokumen. Langkah data yang pertama, peneliti melakukan perencanaan yaitu peneliti merumuskan pertanyaan secara garis besar, merumuskan situasi dan lokasi, serta informan sebagai sumber data. Kemudian peneliti memulai pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dilengkapi dengan studi dokumen.

3.6.2 *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data Reduction (Reduksi data) yaitu aktivitas merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi akan memeberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2015 : 338).

Reduksi data dalam penelitian ini peneliti akan melakukan berbagai kegiatan yaitu: (1) peneliti melakukan pemilihan data yang sesuai fokus penelitian yaitu tentang tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Selakambang; (2) data yang sudah dipilih kemudian dimasukan kedalam kategori masing-masing yaitu sistem tataniaga, margin tata niaga dan efisiensi tata niaga; (3) peneliti memadukan atau mengumpulkan data yang sudah dikategorikan ke dalam fokus penelitian; (4) setelah data dipadukan peneliti mengecek kembali data yang sudah terkumpul masih ada yang kurang atau perlu ditambah jika diperlukan yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu tata niaga gula semut; (5) jika data yang dikumpulkan dirasa sudah cukup maka peneliti dapat menyusun data secara sistematis atas data temuan menjadi uraian singkat yang mudah dipahami.

3.6.3 Data Display (Penyajian Data)

Data Display (penyajian data) setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Melalui penyajian data tersebut maka data akan terorganisirkan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah untuk di fahami (Sugiyono, 2015 : 341). Untuk menganalisis tingkat margin dapat dilakukan dengan menggunakan analisis perhitungan harga ditingkat saluran pemasaran, biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Untuk menganalisis efisiensi pemasaran dapat dianalisis melalui presentase margin pemasaran, bagian yang diterima produsen (*farmer's share*), atau biaya pemasaran.

3.6.4 Conclusion Drawing/verification

Conclusion Drawing/verification adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang di temukan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2015 : 345) .

Dalam penelitian ini peneliti akan mencoba menarik kesimpulan dari data yang telah diolah dari beberapa tahap yaitu: (1) data yang di peroleh dari hasil pengamatan lapangan mengenai saluran tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang; (2) selanjutnya peneliti mencoba mengambil makna dari data sesuai dengan fokus penelitian; (3) untuk meningkatkan derajat kepercayaan, peneliti melakukan verifikasi kembali kesimpulan dengan peninjauan data yang sudah terkumpul maupun yang ada dilapangan; (4) jika kesimpulan sudah sesuai denga data yang konsisten maka kesimpulan dapat dipertahankan. Simpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab pertanyaan peneliti yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan pertanyaan peneliti dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Sehingga simpulan disini adalah hasil dari penyajian data yang dikemukakan serta didukung oleh data-data lain yang menguatkan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Desa Selakambang

Desa Selakambang adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purabalingga. Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang termasuk daerah dataran tinggi dengan ketinggian antara 250-325 meter diatas permukaan air laut dan suhu rata-rata antara 270 sampai dengan 300 celcius.

Desa Selakambang memiliki luas wilayah 609,675 Ha. Adapun tata gunalahan Desa Selakambang yaitu luas tanah kering 389,675 Ha, luas pemukiman 203 Ha, kas desa / tanah bengkok 20 Ha, tanah makam 3 Ha. Desa Selakambang terdiri dari 11 RW dan 53 RT dengan terdiri dari berbagai sarana dan parasaran yaitu sarana kesehatan yang ada terdiri dari 1 PKD, 1 Puskesmas Pembantu, 1 orang bidan desa, 2 orang perawat, kader PKD 10 orang kader posyandu 20 orang. Sedangkan sarana pendidikan yang ada terdiri dari 1 SMP, 5 SD / MI , TK /RA sebanyak 3 dan 1 PAUD. Dengan fasilitas keagamaan berupa Mushola sebanyak 53 dan 10 Masjid.

Desa Selakambang memiliki jumlah penduduk sebanyak 8.234 orang terdiri 2,325 KK dengan 4.092 penduduk laki-laki dan 4.142 penduduk perempuan. Posisi Desa Selakambang sebelah utara berbatasan dengan Desa Pagerandong, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Sinduraja, Sebelah Bara

berbatasan dengan Desa Selanegara dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Sidareja.

Hasil pertanian utama di Desa Selakambang adalah ketela pohon dan hasil perkebunan berupa kelapa. Masyarakat Desa Selakambang selain bekerja di bidang pertanian berupa gula dari nira kelapa dan juga bergelut di bidang kerajinan seperti pembuatan keping/anyaman bambu. Adapun Petani gula kelapa yang tergabung dalam sebuah kelompok tani di Desa Selakambang ada sekitar 96 orang yang menjadi penderes dan pembuat gula. Jenis gula yang diproduksi Di Desa Selakambang ada dua jenis yaitu gula kristal atau gula semut dan gula cetak. Gula semut yang sering disebut gula kristal merupakan produk unggulan Di Desa Selakambang.

4.1.1.1 Kondisi Produksi Gula Semut

Desa Selakambang merupakan desa di Kecamatan Kaligondang yang terkenal dengan produksi gula dari nira kelapa. Usaha produksi gula ini tergabung dalam sebuah kelompok tani yaitu kelompok tani Legen Tirta. Kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang merupakan kelompok usaha produksi gula dari nira kelapa yang dibentuk pada tahun 2008, beralamat di RW 004 Dusun II Selakambang, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga. Usaha gula sudah menjadi salah satu sumber penghasilan bagi warga di Desa Selakambang. Adapun gula yang diproduksi ada dua jenis yaitu gula kelapa cetak dan gula semut yang biasa disebut gula kristal. Kelompok tani Legen tirta merupakan satu-satunya kelompok tani yang memproduksi gula semut di Kecamatan Kaligondang.

Adapun petani gula semut yang tergabung dalam kelompok tani Legen Tirta Desa Sekambang ada 20 pengrajin tetapi dikarenakan adanya faktor harga yang saat ini tidak begitu banyak selisihnya dengan harga gula cetak jadi menyebabkan mereka mulai beralih kembali ke gula cetak dan faktor lain yaitu proses pembuatan gula semut yang lama. Dari faktor tersebut membuat petani yang memproduksi gula semut menjadi 18 orang. Produksi gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang terkenal karena produknya alami tanpa sulfat atau tanpa bahan kimia.

Produksi gula semut bisa mencapai 1-2 kwintal perhari. Dilapangan sering ditemui bahwa harga gula cenderung rendah karena harga dipatok dari agen tertinggi. Pada periode tahun 2019-2020 harga gula semut berkisar 15.000-17.000 per kilo dengan harga segitu menurut para pengrajin belum sesuai dengan proses pengambilan nira yang penuh rasiko dan proses pembuatan yang memerlukan waktu cukup lama kurang lebih 2-3 jam. Selain itu dalam pembuatan gula semut membutuhkan kayu bakar yang tidak bisa dipenuhi sendiri yang diharuskan membeli dengan harga kayu bakar pergulungnya Rp. 10.000 yang biasanya untuk sekali atau dua kali pembuatan gula tergantung hasil niranya.

Selain kendala diatas, kendala yang dikeluhkan pengrajin gula adalah bahan baku. Meskipun banyak pihak yang menginginkan produksi gula semut. Namun kelompok tani Legen Tirta tidak menyanggupinya dikarenakan bahan baku diperoleh tidak bisa dipastikan dan tergantung dengan musim. Nira dari pohon kelapa yang diambil akan keluar banyak dan bagus jika awal musim

hujan, tetapi ketika hujan terus menerus membuat nira yang diproduksi hasilnya kurang bagus. Ketika musim kemarau nira yang dihasilkan sedikit bahkan bisa menyebabkan pohon kelapa tidak mengeluarkan nira. Selain itu semakin sedikitnya generasi muda yang mau melanjutkan menjadi penderes. Adapun petani gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang pada tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Petani Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

| No | Petani Gula Semut | Alamat | Hasil Produksi Per hari |
|----|-------------------|--------------------|-------------------------|
| 1 | Sutirah | RT 3/3 Selakambang | 2 Kg |
| 2 | Suwati | RT 3/3 Selakambang | 2 Kg |
| 3 | Nasini | RT 4/3 Selakambang | 3 Kg |
| 4 | Angini | RT 4/3 Selakambang | 2 Kg |
| 5 | Sobikhi | RT 1/4 Selakambang | 3 Kg |
| 6 | Sujiah | RT 3/4 Selakambang | 2,5 Kg |
| 7 | Basirun | RT 3/4 Selakambang | 3,5 Kg |
| 8 | Sohibi | RT 3/4 Selakambang | 1 Kg |
| 9 | Minarso | RT 3/4 Selakambang | 5 Kg |
| 10 | Bawono | RT 3/4 Selakambang | 3 Kg |
| 11 | Kodirin | RT 4/4 Selakambang | 5 Kg |
| 12 | Mahduri | RT 4/4 Selakambang | 4 Kg |
| 13 | Parsini | RT 4/4 Selakambang | 3 Kg |
| 14 | Warisi | RT 4/4 Selakambang | 5 Kg |
| 15 | Padianto | RT 4/4 Selakambang | 2 Kg |
| 16 | Mujirin | RT 4/4 Selakambang | 2 Kg |
| 17 | Suyatno | RT 5/4 Selakambang | 3 Kg |
| 18 | Suroso | RT 5/4 Selakambang | 1 Kg |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

4.1.1.2 Karakteristik Petani Gula Semut

Karakteristik petani gula semut yang akan dijelaskan diklasifikasikan menurut usia, status usaha gula semut, jumlah pohon yang dikelola, sistem pengelolaannya, tingkat pendidikan dan jumlah modal. Jumlah petani gula semut yang menjadi narasumber sebanyak 18 petani gula semut.

1) Usia Petani

Usia petani yang menjadi narasumber berusia antara 40-70 tahun. Secara umum. Presentase penyebaran umur petani gula semut cukup beragam. Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa petani lebih banyak didominasi oleh petani yang berusia 51-60 tahun. Sedangkan umur terendah pada usia 31-40 tahun. Hal ini menunjukkan rendahnya usia muda yang menjadi petani gula semut. Walaupun kelompok tani Legen Tirta ini masih didominasi dari 50 persen petani yang memproduksi gula semut masih termasuk usia produktif.

Tabel 4. 2 Usia Petani Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

| No. | Usia (Tahun) | Jumlah Orang | Precentage |
|-----|--------------|--------------|------------|
| 1 | 31-40 | 1 | 5,56 |
| 2 | 41-50 | 5 | 27,78 |
| 3 | 51-60 | 9 | 50 |
| 4 | 61-70 | 3 | 16,67 |
| | Total | 18 | 100,00 |

Sumber: Hasil wawancara diolah (2020)

2) Status Usaha Produksi Gula Semut

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebanyak 88,89 persen narasumber petani gula semut mengusahakan gula semut sebagai mata pencaharian utama.

Tabel 4. 3 Status Usaha Produksi Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta

| No | Status | Jumlah | Presentase |
|----|-----------|--------|------------|
| 1 | Utama | 16 | 88,89 |
| 2 | Sampingan | 2 | 11,11 |
| | Total | 18 | 100,00 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

3) Jumlah Pohon yang Dideres

Table 4.4 menunjukkan jumlah pohon yang dikelola setiap petani gula semut berbeda-beda yaitu berkisar dari 1-20 pohon. Dari tabel tersebut menunjukkan jumlah pohon yang dikelola petani gula semut dengan jumlah 1-10 pohon ada 50 persen dan jumlah pohon yang dikelola dengan jumlah 11-20 juga ada 50 persen.

Tabel 4. 4 Jumlah pohon yang di Deres Petani Gula Semut

| No | Jumlah Pohon | Jumlah Orang | Presentase |
|----|--------------|--------------|------------|
| 1 | 1-10 | 9 | 50 |
| 2 | 11-20 | 9 | 50 |
| | Total | 18 | 100 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

4) Sistem Pengelolaan Pohon yang Dideres

Pada tabel 4.5 menjelaskan tentang sistem pengelolaan pohon yang dideres untuk produksi gula semut di Desa Selakambang ada dua sistem yaitu mengelola milik sendiri dan maro. Maro merupakan adalah sistem giliran atau bagi hasil bagi petani gula semut yang biasanya giliran mendapat nira 2 atau 3 hari sekali dikarenakan tidak sepenuhnya pohon milik sendiri. Maro biasanya dilakukan bagi petani gula semut yang tidak memiliki pohon kelapa sendiri, atau sengaja menjadi buruh supaya mendapatkan nira yang lebih dan biasanya dilakukan oleh produsen gula semut yang tidak memiliki penderes.

Tabel 4. 5 Sistem Pengelolaan Pohon yang Dideres untuk Produksi Gula Semut

| No | Status | Jumlah | Presentase |
|----|-------------------------|--------|------------|
| 1 | Mengelola Milik Sendiri | 14 | 77,78 |
| 2 | Maro | 4 | 22,22 |
| | Total | 18 | 100,00 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

5) Tingkat Pendidikan

Tabel 4.6 menunjukan tingkat pendidikan petani gula semut di Desa Selakambang secara umum masih berpendidikan rendah, bahkan ada yang tidak selesai dalam belajar sekolah dasar atau tidak sekolah yaitu 11,11 persen atau sebanyak dua orang, narasumber yang tamat sekolah dasar sebanyak 72,22 persen atau 13 orang dan narasumber tamat sekolah lanjutan menengah pertama sebanyak 16,67 persen atau sebanyak 3 orang. Jadi mayoritas pendidikan petani gula semut adalah sekolah dasar.

Tabel 4. 6 Tingkat Pendidikan Petani Gula Semut

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah Orang | Presentase |
|----|--------------------|--------------|------------|
| 1 | Tidak Sekolah | 2 | 11,11 |
| 2 | SD | 13 | 72,22 |
| 3 | SMP | 3 | 16,67 |
| 4 | SMA | – | 0,00 |
| | Total | 18 | 100,00 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

6) Jumlah Modal Usaha

Tabel 4.7 menunjukan modal usaha yang secara keseluruhan kurang dari lima puluh juta rupiah (Rp.50.000.000). berdasarkan data tersebut seluruh produksi rumah tangga gula semut Desa Selakambang adalah usaha mikro.

Tabel 4. 7 Jumlah Modal Usaha Produksi Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta

| No | Modal | Jumlah petani | Presentase |
|----|------------------------------------|---------------|------------|
| 1 | Kurang dari Rp 50.000.000 | 18 | 100 |
| 2 | Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000 | - | |
| 3 | Rp 500.000.000 – Rp 10.000.000.000 | - | |
| | Total | 18 | 100 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

4.1.2 Sistem Tata Niaga Gula Semut

Sistem tata niaga gula semut di Desa Selakambang dimulai dari petani sampai konsumen akhir dengan melibatkan beberapa lembaga tata niaga. Lembaga tata niaga yang terlibat dalam sistem tata niaga gula semut meliputi petani gula semut, pengepul, pedagang besar yang sekaligus sebagai eksportir. Sistem tata niaga gula semut umumnya menggunakan prinsip kekeluargaan dan langganan dimana antar pelaku sistem lembaga tata niaga masih memiliki hubungan kekerabatan dan sudah lama dan bermitra sebagai langganan. Tata niaga gula semut ini terdapat dua tujuan yaitu tujuan luar negeri dan dalam negeri.

Berdasarkan observasi praktik penentuan harga gula semut ditentukan oleh lembaga tata niaga tertinggi. Artinya, harga ditentukan oleh lembaga tertinggi tata niaga gula semut dan petani tidak memiliki peranan yang kuat dalam menentukan harga yang dimana harga tersebut dianggap belum sesuai dengan proses pengambilan nira yang penuh rasiko dan proses produksi yang memerlukan waktu cukup lama. Hal ini bisa dikatakan bahwa lembaga yang paling tinggi levelnya berkuasa menentukan harga. Berdasarkan kondisi tersebut, praktik penentuan harga lebih mengarah kepada pasar persaingan tak sempurna, karena lembaga tata niaga lebih mempengaruhi harga dibanding petani gula semut dan produk yang diproduksi bersifat homogen yaitu gula semut. Petani gula semut berperan sebagai penjual dan semua lembaga tata niaga yang melakukan perdagangan berperan sebagai pembeli. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat 18 produsen gula semut dan 4 lembaga tata niaga yang menjadi penghubung produsen dengan konsumen. Lembaga tata niaga yang terlibat yaitu 2 pengepul yang sekaligus juga

berperan sebagai pengecer, dan 1 pedagang besar yang menyalurkan gula semut sampai ke konsumen akhir baik tujuan lokal maupun ekspor. Namun pedagang besar disini lebih fokus menyalurkan produk gula semut pada ekspor. Dimana Mayoritas petani gula semut menjual produksi gula semut dalam bentuk perkilo yang biasanya dalam plastik berisi 10-15 kilo dengan harga saat ini Rp17.000 perkilo. Hal ini juga diutarakan oleh para petani gula semut salah satunya ibu Nasini selaku petani gula semut yaitu:

“Untuk harga kami tidak mematok harga kita mengikuti saja dari sananya karena harga sudah di tentukan dari sana, walaupun dipikir-pikir dengan harga segitu hanya pas saja buat kebutuhan ya karena dipas-paskan.”

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh petani gula semut bapak Minarso pada tanggal 22 Mei 2020 yaitu :

“Harga gula semut dari kita mengikuti saja karena dari pengepul yang sudah menentukan, pengepul juga mengikuti harga dari sana jadi kami manut saja”.

Hambatan yang terjadi dalam pemasaran gula semut adalah hubungan kerjasama yang didorong oleh ketergantungan petani gula semut terhadap lembaga tata niaga lain. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan, yang menyebabkan adanya ketergantungan dikarenakan adanya hutang atau tanggungan terhadap lembaga tata niaga tersebut dan selisih harga yang saat ini tidak terlalu jauh. Dan dari observasi tersebut banyak petani gula semut yang seharusnya membuat gula semut tetapi membuat gula cetak karena memiliki tanggungan atau hutang diluar lembaga tata niaga gula semut dan adanya rasa kekerabatan dan kekeluargaan yang dirasa tidak enak jika tidak menjual ke tempat

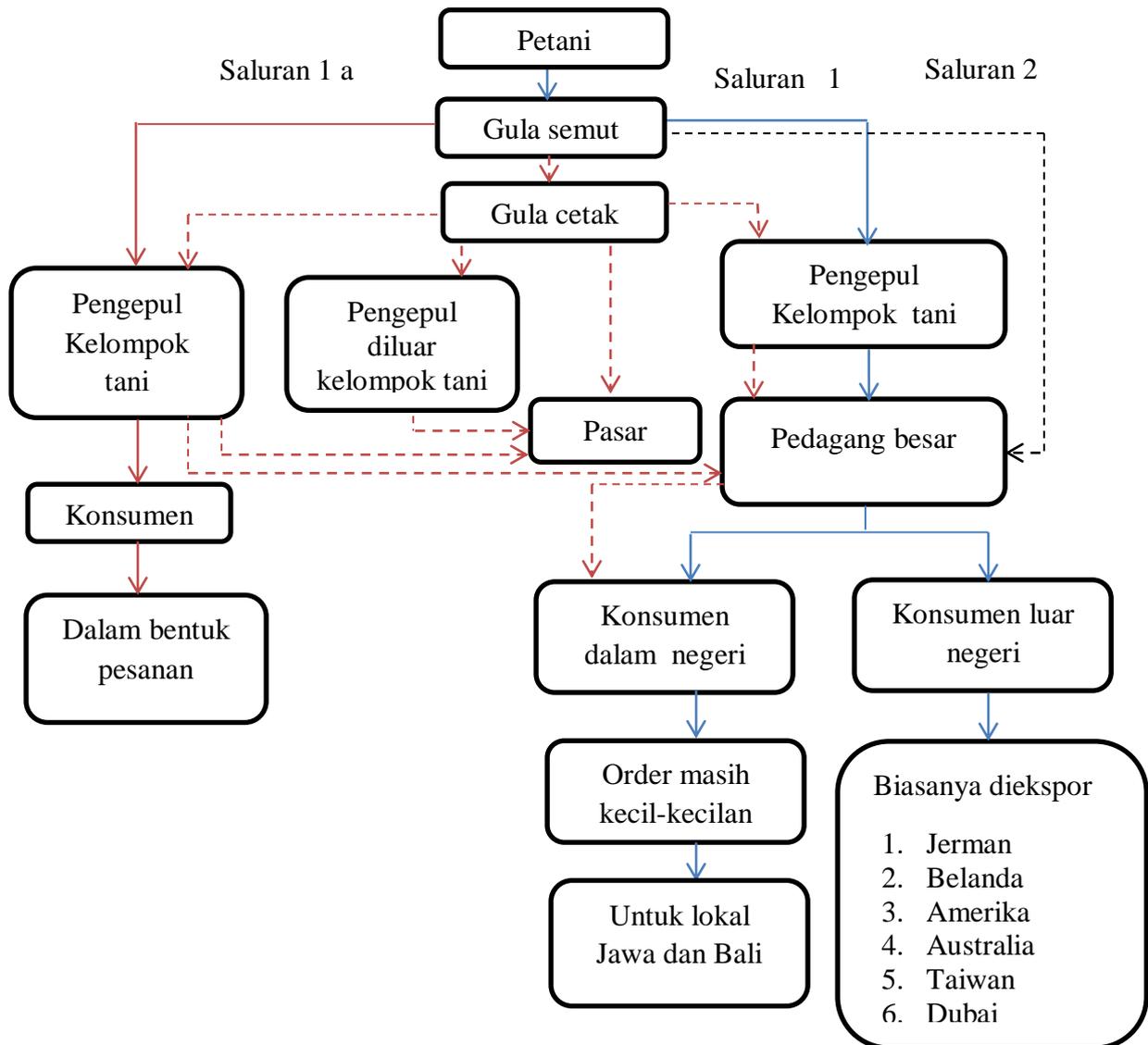
tersebut hal inilah yang membuat produksi gula semut menurun. Hal ini juga diutarakan oleh petani gula ibu Sutirah:

“Saya membuat gula semut prosesnya sangat lama tapi kadang dengan harga segitu saya rasa masih kurang apalagi untuk saat ini harga gula cetak dan semut selisihnya sedikit jadi kadang ketika niranya tidak terlalu bagus saya buat cetak kemudian saya jual dipasar (pasar sinduraja) biar harganya lebih tinggi.”

Begitupun hal yang serupa yang di utarakan oleh ibu Angini petani gula semut, yaitu :

“Untuk saat ini saya kadang memproduksi gula semut kadang gula cetak karena gula semut prosesnya yang lama juga harganya saat ini tidak berbeda jauh, dulu saya kalau membuat gula cetak saya jual ke pasar (Sinduraja) yang ada harganya.”

Sistem tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga melibatkan lembaga pemasaran yang memiliki peranan masing-masing dalam menyalurkan produksi gula semut hingga kekonsumen akhir yang melibatkan beberapa lembaga tata niaga yaitu pedagang pengepul dan pedagang besar. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan 18 narasumber yaitu petani gula semut di Desa Selakambang. dalam memasarkan gula semut terdapat dua macam saluran pemasaran dari produsen hingga konsumen, yaitu saluran satu ada dua saluran melalui pedagang pengepul yaitu saluran satu a, saluran satu b dan saluran 2. Adapun pola saluran tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga bisa dilihat pada gambar 4.1



Gambar 4. 1 Pola Saluran Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakembang.

Pada gambar 4.1 menggambarkan pola saluran tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakembang, Kecamatan Kaligondang, Kabupaten Purbalingga terdapat dua saluran tata niaga yaitu tetap dan tidak tetap atau sedikit yang melakukannya. Saluran tetap adalah saluran tata niaga yang sering dilalui oleh petani untuk menyalurkan produksi gula semut saluran 1a dan saluran 1b. Sedangkan saluran tidak tetap adalah saluran yang jarang terjadi atau

hanya sedikit yang melakukannya, dimana saluran ini terjadi pada saluran dua yang hanya terdapat seorang petani gula semut yang menggunakan saluran tata niaga ini yaitu menjual langsung ke pedagang besar.

Saluran tata niaga 1 a merupakan saluran tata niaga yang terdiri dari petani gula semut, dan pedagang pengepul hingga konsumen akhir. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa petani gula semut menjual produksinya melalui pedagang pengepul. Alasan petani menggunakan saluran ini adalah karena petani tidak perlu memasarkan sendiri produk yang dihasilkannya. Produk gula semut sudah pasti terjual jika dijual ke pengepul selain itu petani sudah merasa berlangganan.

Harga yang berlaku pada saluran tataniaga ini adalah harga yang terjadi di pasar. Adapun sistem pembelian umumnya dilakukan secara tunai dan ada juga petani yang langsung membelanjakan uangnya untuk membeli kebutuhan pokok sehari-hari baru sisanya diberikan dalam bentuk uang tunai. Hal ini terjadi karena rasa kekerabatan yang sudah biasa dilakukan dan pedagang pengepul di Desa Selakambang tidak hanya menjual atau membeli gula saja melainkan kebutuhan yang lainnya sehingga petani bisa berbelanja di tempat pengepul tersebut.

Dalam saluran tata niaga ini pedagang pengepul menjual produk gula semut dengan eceran jika ada pesanan untuk daerah sekitar dengan harga Rp. 20.000 per kilo. Biasanya pedagang pengepul mendapatkan pesanan dari orang-orang kantor kelurahan dan orang sekitar. Karena gula semut dianggap praktis dalam menggunakannya dan mudah ditakar untuk membuat seduhan, tidak harus memotong terlebih dahulu sebelum menggunakannya tidak seperti gula cetak

yang harus dipotong terlebih dahulu sebelum menggunakannya. Adapun petani yang menggunakan saluran pemasaran ini dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 8 Petani Gula Semut Saluran 1 A

| No | Petani Gula Semut | Pengepul |
|----|-------------------|--------------------|
| 1 | Sutirah | Pak Wanto & Pasar |
| 2 | Suwati | Pak Wanto |
| 3 | Nasini | Pak Wanto |
| 4 | Angini | Pak Wanto |
| 5 | Minarso | Pak Roso |
| 6 | Sujiah | Pak Wanto |
| 7 | Basirun | pak Wanto&Pak Roso |
| 8 | Sohibi | Pak Roso |
| 9 | Kodirin | Pak Roso |
| 10 | Mahduri | Pak Roso |
| 11 | Sobihi | Pak Wanto |
| 12 | Parsini | Pak Roso |
| 13 | Warisi | Pak Roso |
| 14 | Padianto | Pak Roso |
| 15 | Suyatno | Pak Roso |
| 16 | Bawono | Pak Roso |
| 17 | Mujirin | Pak Roso |

Sumber : Hasil wawancara diolah

Saluran tata niaga satu a setiap lembaga tata niaga yang terlibat dalam kegiatan tata niaga gula semut mulai dari petani, pedagang pengumpul menjalankan fungsi tata niaga yang berbeda-beda. Fungsi tata niaga diperlukan dalam kegiatan tata niaga untuk memperlancar distribusi barang dan jasa dari tiap lembaga tata niaga yang terlibat. Secara umum fungsi tata niaga yang dilaksanakan lembaga tata niaga terdiri dari tiga fungsi yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan-kegiatan yang dapat memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi fisik

merupakan perlakuan fisik yang perlu dilakukan agar barang yang diperlukan konsumen tersedia pada tempat yang diinginkan. Fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan, fungsi fisik bisa terdiri dari pengolahan hasil, pengangkutan dan penyimpanan.

Fungsi fasilitas meliputi pembiayaan, penaggungan rasiko, dan informasi pasar. Fungsi pembiayaan merupakan kegunaan uang untuk berbagai aspek tata niaga. Fungsi penaggungan rasiko merupakan penerimaan kemungkinan dari kerugian pemasaran produk yang berdiri dari rasiko fisik dan rasiko harga. Pada biasanya rasiko fisik terjadi akibat adanya kerusakan produk sedangkan rasiko harga biasanya terjadi akibat perubahan nilai produk di pasar. Informasi pasar merupakan hal yang diperlukan produsen dan lembaga-lembaga tata niaga untuk kondisi pasar, lokasi, kualitas, waktu dan harga pasar. Lembaga tata niaga gula semut yang terlihat dalam kegiatan tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga yaitu:

1) Petani

Fungsi tata niaga yang dilakukan oleh petani gula semut adalah fungsi pertukaran. Fungsi pertukaran ini dilakukan petani gula semut dengan menjual produksinya melalui pedagang pengepul. Dari hasil wawancara dan observasi dari 17 responden seluruh responden tersebut menjual produknya langsung ke pedagang pengepul. Berdasarkan hasil wawancara petani gula semut menjual produknya ke pengepul sesuai dengan yang diungkapkan oleh ibu Nasini pada tanggal 22 Mei 2020 yaitu :

“Saya menjual gula semut ke pengepul karena jika saya menjual ketempat yang lain saya tidak enak karena sudah langganan juga ke situ kadang masih sedikitpun saya jual untuk membeli kebutuhan.”

Hal yang serupa juga diutarakan petani gula semut lainnya yaitu oleh bapak Minarso pada tanggal 22 Mei 2020 sebagai berikut:

“Saya menjual langsung produksi gula semut ke pengepul karena saya sudah biasa menjual ketempat tersebut untuk plastik kemasan biasanya juga di beri oleh pengepul yang kira-kirra plastik gula muat 10-15 Kg tapi untuk masalh menimbang dari pengepul dari kami tingga menjual saja kesana.”

Fungsi fisik yang dilakukan oleh petani gula semut yaitu terdiri dari kegiatan pengemasan sesuai dengan plastik yang diberi oleh pedagang pengepul yang dikira-kira mencapai 10 kilo gram sebelum dijual. Namun petani hanya melakukan pengemasan dengan memasukan gula semut saja ke dalam plastik tersebut dengan tujuan agar gula tidak mudah rusak dan untuk penimbangan gula semut ini tetap dilakukan oleh pedagang pengepul. Hal tersebut juga diutarakan oleh bapak Mahduri 22 Mei 2020 sebagai berikut :

“Saya menjual gula semut kepada pengepul, awalnya saya hanya coba-coba membuat gula semut ternyata berhasil saya mencoba membuat ini karena saya rasa harga gula semut lebih tinggi dibanding harga gula cetak dan saya harus tetap menjaga kualitas produksi gula semut kemudian saya jual langsung kepengepul karena sudah biasa dan saya juga datang sendiri kesana, untuk plastik sudah diberikan oleh pedagang pengepul jadi kita tinggal menjualnya saja.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh bapak Kodirin 22 Mei 2020 sebagai berikut:

“Saya menjual kepengepul dengan datang langsung karena sudah langganan kepengepul dan pengemasan sudah disediakan oleh pedagang pengepul saya tinggal menjual saja”.



Gambar 4. 2 Pengemasan Produksi Gula Semut Oleh Petani

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh petani meliputi informasi pasar, namun dalam hal ini petani hanya mengikuti saja harga pasaran yang sudah ditentukan oleh level lembaga tertinggi dalam tata niaga gula semut baik dalam saluran tata niaga satu maupun tata niaga dua. Adapun risiko fisik yang dialami petani yaitu kegagalan produk, biasanya kegagalan produk terjadi ketika musim sedang tidak baik sehingga membuat gula tidak dapat dikristalkan, ketika gula tidak dapat dikristalkan maka gula akan dibuat cetak dengan harga yang lebih rendah dibanding gula semut dan risiko harga juga dialami oleh petani ketika mengalami penurunan harga di pasaran. Sedangkan fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh petani meliputi modal kegiatan untuk produksi. Modal petani untuk biaya produksi ditanggung oleh diri sendiri dan untuk biaya alat ada petani yang mendapatkan bantuan dari pemerintah dan ada yang modal sendiri. Adapun alat yang digunakan untuk produksi gula semut masih tradisional.



Gambar 4. 3 Proses Produksi Gula Semut

2) Pedangan Pengepul

Fungsi tata niaga yang dilakukan oleh pedagang pengepul dalam saluran tata niaga satu a adalah fungsi pertukaran berupa fungsi pembelian dan penjualan produk. Fungsi pembelian yaitu pedagang pengepul membeli produk gula semut dari petani dan fungsi penjualan pengepul menjual kembali produk gula semut dari petani dengan dijual secara eceran. Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengepul yaitu kegiatan pengemasan. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengepul meliputi informasi pasar. Informasi pasar diperoleh dari sesama pedagang pengepul lain di Desa Selakambang hal ini dilakukan ketika pedagang pengepul menjual eceran produk gula semut. Adapun kemasan gula semut dari pedagang pengepul ke konsumen secara eceran dapat dilihat pada gambar.



Gambar 4. 4 Kemasan Eceran Produksi Gula Semut Dari Pengepul

Saluran tata niaga 1 b merupakan saluran tata niaga yang terdiri dari petani gula semut, pedagang pengepul, pedagang besar dan konsumen. Dalam saluran tata niaga ini petani membawa sendiri produksi gula semutnya kepada pedagang pengepul dengan harga saat ini Rp 17.000 perkilo. Kemudian dari pedagang pengepul menjual produk gula semut yang sudah terkumpul ke pedagang besar yaitu CV Permata Satria. Dengan menjual produk gula semut kepada pedagang besar terjadi karena adanya kerja sama dalam kelompok tani ini. Alasan menggunakan saluran ini karena dengan produk yang dijual langsung ke pedagang besar sudah jelas terjual semua produknya dan pengepul tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pemasaran karena dari pedagang besar yang mengambil produk tersebut. Adapaun harga yang diberikan dari pedagang besar kepada pengepul adalah Rp. 18.000 perkilo. Hal ini diungkapkan oleh bapak Suwanto pedagang pengepul pada tanggal 21 Mei 2020 pukul 09:00 WIB sebagai berikut:

“Saya mempunyai kerjasama dengan pedagang besar yaitu CV Permata Satria karena sudah pasti diambil semua saya juga tidak perlu memasarkan sendiri karena dari sana yang mengambil kesini, jika memasarkan sendiri dari kelompok tani ini saja juga belum memiliki surat izin produksi.”

Bapak Suroso pada tanggal 22 Maret 2020 pukul 14.30 WIB menambahkan hal yang serupa sebagai berikut :

“Kami bekerjasama dengan dengan pedagang besar dari CV Permata Satria produknya diambil ke rumah saya, jadi tidak perlu memasarkan kembali, kalau memasarkan sendiri juga agak susah karena kebutuhan lokal disini itu lebih ke gula cetak dan saya juga tidak memiliki mobil sendiri untuk memasarkannya cuma untuk harga kami hanya mengikuti saja”

Bapak Minarso pada tanggal 22 Maret 2020 juga mengatakan hal yang serupa yaitu sebagai berikut :

“Kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang memiliki kerjasama dengan CV Permata Satria yang saya tau dari CV tersebut di jual ekspor keluar Negeri”

Tabel 4. 9 Petani Pengguna Saluran 1 B

| No | Petani Gula Semut | Pengepul | Pedagang Besar |
|----|-------------------|----------------------|-------------------|
| 1 | Sutirah | Pak Wanto & Pasar | CV Permata Satria |
| 2 | Suwati | Pak Wanto | CV Permata Satria |
| 3 | Nasini | Pak Wanto | CV Permata Satria |
| 4 | Angini | Pak Wanto | CV Permata Satria |
| 5 | Minarso | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 6 | Sujiah | Pak Wanto | CV Permata Satria |
| 7 | Basirun | pak Wanto & Pak Roso | CV Permata Satria |
| 8 | Sohibi | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 9 | Kodirin | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 10 | Mahduri | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 11 | Sobihi | Pak wanto | CV Permata Satria |
| 12 | Parsini | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 13 | Warisi | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 14 | Padiano | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 15 | Suyatno | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 16 | Bawono | Pak Roso | CV Permata Satria |
| 17 | Mujirin | Pak Roso | CV Permata Satria |

Sumber : Hasil wawancara dilolah (2020)

Saluran tata niaga satu b setiap lembaga tata niaga yang terlibat dalam kegiatan tata niaga gula semut mulai dari petani, pedagang pengumpul menjalankan fungsi tata niaga yang berbeda-beda. Lembaga tata niaga gula semut

yang terlihat dalam kegiatan tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga yaitu:

1) Petani

Fungsi tata niaga yang dilakukan oleh petani gula semut adalah fungsi pertukaran. Fungsi pertukaran ini dilakukan petani gula semut dengan menjual produksinya melalui pedagang pengepul. Dari hasil wawancara dan observasi dari 17 responden seluruh responden tersebut menjual produknya langsung ke pedagang pengepul. Fungsi fisik yang dilakukan oleh petani gula semut yaitu terdiri dari kegiatan pengemasan sesuai dengan plastik yang diberi oleh pedagang pengepul yang dikira-kira mencapai 10 kilo gram lebih sebelum dijual kepedagang. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh petani meliputi informasi pasar, namun dalam hal ini petani hanya mengikuti saja harga pasaran yang sudah ditentukan oleh level lembaga tertinggi dalam tata niaga gula semut baik saluran tata niaga satu a maupun satu b. Adapun risiko fisik yang dialami petani yaitu kegagalan produk, biasanya kegagalan produk dan risiko harga ketika mengalami penurunan harga di pasaran. Sedangkan fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh petani meliputi modal kegiatan untuk produksi.

2) Pengepul

Dalam saluran tata niaga satu b pedagang pengepul membeli produk gula semut dari petani dan fungsi penjualan pengepul menjual kembali produk gula semut dari petani kepada pedagang besar yang sudah jelas lakunya. Biasanya pedagang pengepul menjual produk gula semut kepada pedagang besar dalam waktu dua minggu sekali menunggu dari pedagang besar yang mengambil.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengepul yaitu kegiatan pengemasan. Pedagang pengepul melakukan pengemasan ulang produk dari petani berdasarkan standar yang sudah ditentukan oleh pedagang besar karena setiap petani memiliki warna gula yang berbeda ada yang warna coklat tua dan coklat muda untuk menghindari jatuhnya harga sehingga pedagang pengepul harus melakukan pengemasan ulang agar warnanya seimbang. Pedagang pengepul juga melakukan pengemasan ulang karena pengemasan gula dari petani belum ditimbang dan dengan berat yang berbeda-beda maka pedagang pengepul harus menimbang dengan ukuran yang sama biasanya dengan berat 14 kilo gram per plastik sebelum produk dijual ke pedagang besar.



Gambar 4. 5 Sempel Warna Gula Semut

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengepul meliputi informasi pasar. Informasi pasar diperoleh dari sesama pedagang pengepul lain di Desa Selakambang hal ini dilakukan ketika pedagang pengepul menjual eceran produk gula semut. Adapun rasiko yang biasanya muncul adalah rasiko penurunan harga

hal ini terjadi karena harga di pedagang pengepul juga ditentukan oleh pedagang besar. Dan fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengepul adalah penyediaan modal untuk membeli produk gula semut dari petani.



Gambar 4. 6 Pengemasan di Tingkat Pengepul

3) Pedagang besar

Pedagang besar dalam tata niaga gula semut memiliki peranan tertinggi dan penentu harga gula semut dipasaran. Dalam fungsi tata niaga gula semut pedagang besar mempunyai fungsi pertukaran berupa pembelian produk gula semut di pedagang pengepul desa selakambang dan fungsi penjualan dalam hal ini pedagang besar tidak hanya menjual produksinya ditingkat lokal tetapi sudah mampu mengeksport gula semut.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi banyak hal yang sudah jelas yaitu pengemasan. Pengemasan yang dilakukan berdasarkan

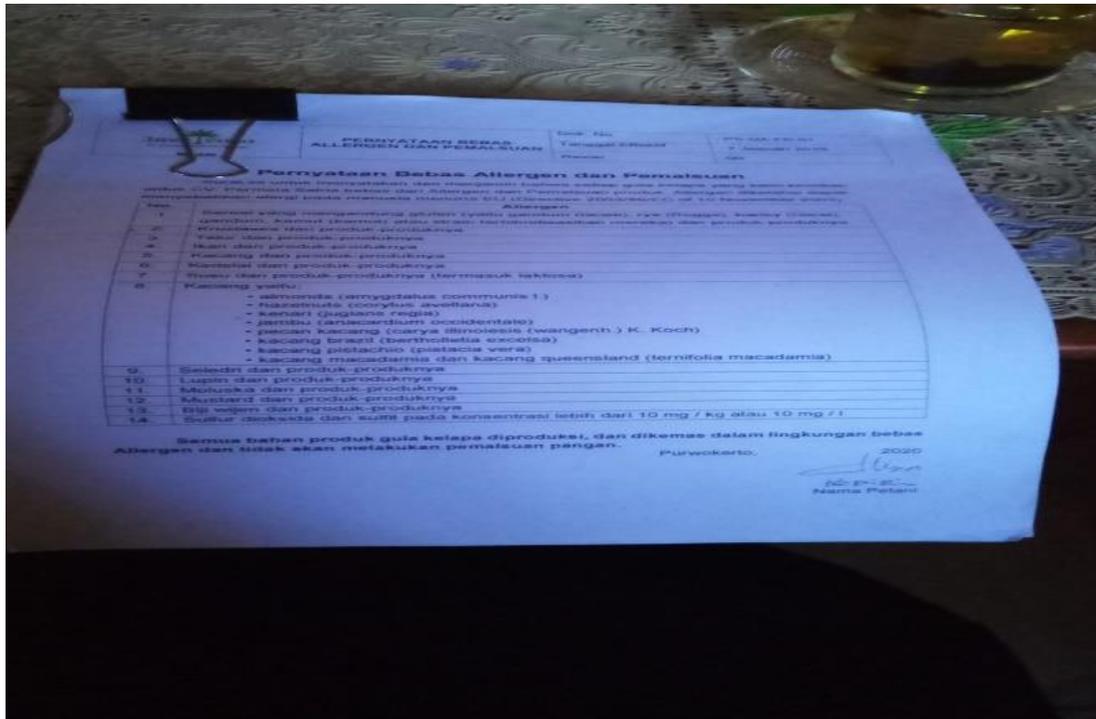
kebutuhan konsumen bahan bisa melakukan pengolahan ulang jika produk belum sesuai standar yang sudah ditentukan. Selain pengemasan pedagang besar juga melakukan fungsi fisik yaitu pengangkutan karena pedagang besar mengambil hasil produksi petani di tempat pengepul.



Gambar 4. 7 Proses Pengangkutan Produksi Gula Semut

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar diantaranya meliputi informasi pasar, penaggungan rasiko dan pembiayaan. Fungsi informasi pasar yang dilakukan oleh pedagang besar berupa perkembangan harga di pasaran, produk yang dihasilkan pesaing serta terus memeperhatikan kualitas produk yang diminta oleh konsumen. Pedagang besar juga menanggung biaya biaya rasiko penurunan harga, biaya perizinan, biaya transportasi, biaya pengemasan dan biaya pengecekan, standarisasi dan sertifikasi pohon kelapa organik sampai produk gula

semut agar tetap organik dan terjaga kualitasnya yang biasanya dilakukan dalam satu tahun sekali.



Gambar 4. 8 Pernyataan Kelapa Organik

Saluran tata niaga 2 adalah saluran yang hanya dilakukan oleh satu petani gula semut. Pada saluran dua ini terdiri dari petani gula semut, pedagang besar, konsumen. Alasan menggunakan saluran ini dikarenakan sudah menjalin kekerabatan yang baik dengan pedagang besar. Selain memiliki kekerabatan petani ini memiliki semangat yang tinggi dan pengetahuan yang lebih tentang gula semut. Hal ini diungkapkan oleh pak roso selaku petani gula semut pada tanggal 22 Mei 2020 yaitu:

“Dulu saya merasakan bagaimana susahnya menjadi penderes karena saya dari kecil juga sudah menjadi penderes karena hal itu saya berfikir bagaimana biar kehidupan menjadi penderes tidak sesusah itu, saya selalu mengikuti pelatihan tentang gula semut samapai ke Purworejo dengan harapan adanya pengolahan gula yang semula hanya cetak kemudian diolah menjadi gula semut yang jika digunakan lebih praktis maka dari itu

jika ada pelatihan atau pembinaan tentang gula saya ikuti dan saya gunakan sambil mencari relasi dan selain itu saya juga mengajak dan memberikan pelatihan yang saya dapat kepada petani gula yang lain untuk sama-sama memproduksi gula semut dengan tujuan agar kehidupan bisa lebih layak”.

Fungsi tata niaga yang dilakukan oleh petani gula semut adalah fungsi pertukaran. Fungsi pertukaran ini dilakukan petani gula semut dengan menjual produksinya langsung ke pedagang besar. Fungsi fisik yang dilakukan oleh petani gula semut yaitu terdiri dari kegiatan pengemasan sesuai dengan plastik yang diberi oleh pedagang besar yang dikira-kira mencapai 10 kilo gram lebih sebelum dijual dan penimbangan gula ini sudah dilakukan dari petani itu sendiri. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh petani meliputi informasi pasar, namun harga sudah ditentukan oleh pedagang besar. Adapun resiko fisik yang dialami petani yaitu kegagalan produk dan resiko harga. Sedangkan fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh petani meliputi modal kegiatan untuk produksi.



Gambar 4. 9 Pengemasan Produksi Gula Semut Dari Pedagang Besar

Pedagang besar dalam tata niaga gula semut memiliki peranan tertinggi dan penentu harga gula semut dipasaran. Dalam fungsi tata niaga gula semut pedagang besar mempunyai fungsi pertukaran berupa pembelian produk gula semut pada petani gula semut dan fungsi penjualan dalam hal ini pedagang besar tidak hanya menjul produksinya ditingkat lokal tetapi sudah mampu mengekspor gula semut bahkan yang menjadi ujuan utama pedagang besar adalah mengekspor gula semut adapuan tujuan negara ekspor pada umumnya ada Jerman, Belanda, Amerika, Australia, Tawan dan Duabai. Sedangkan tujuan lokal atau dalam negeri pedagang besar memasarkanya jika ada orderan atau pesanan saja dan baru diwilayah Jawa dan Bali

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi banyak hal yaitu pengemasan. Pengemasan yang dilakukan berdasarkan kebutuhan konsumen pada gambar 4.8 dapat dilihat bahwa pengemasan dari pedagang besar biasanya dikemas sesuai permintaan konsumen yang biasanya dikemas dalam bentuk perpouch atau satu kilo dan untuk pemasaran biasanya biaya ongkos kirim ditanggung oleh konsumen itu sendiri. Selain itu pedagang besar juga melakukan pengolahan ulang gula semut jika produk belum sesuai standar yang sudah ditentukan. Adapun keseluruhan fungsi tata niaga yang dilaksanakan oleh lembaga- lembaga tata niaga gula semut dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Fungsi-Fungsi Tata Niaga Yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

| Saluran Tata Niaga | Fungsi Tata Niaga | | | | | | | |
|--------------------|-------------------|------|--------------|--------|--------|------------------|-------|-----------------|
| | Fungsi Petukaran | | Fungsi Fisik | | | Fungsi Fasilitas | | |
| | Jual | Beli | Kemasan | Angkut | Simpan | Risiko | Biaya | Informasi Pasar |
| Saluran 1 a | | | | | | | | |
| Petani | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | - |
| Pengepul | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Saluran 1 b | | | | | | | | |
| Petani | ✓ | | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | - |
| Pengepul | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - |
| Pedagang Besar | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Saluran 2 | | | | | | | | |
| Petani | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | + |
| Pedagang besar | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa pada saluran satu a tata niaga gula semut petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa risiko kegagalan produk. Fungsi pengangkutan dilakukan oleh petani ke tempat pengepul gula semut dan tidak memerlukan biaya karena sangat dekat masih berada di Desa Selakambang. Pedagang pengepul dalam saluran satu ini melakukan fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli produk. Dalam saluran ini pedagang pengepul menjual produknya dengan harga eceran. Pedagang pengepul juga melakukan fungsi fisik yaitu penyimpanan dan tidak melakukan pengangkutan karena petani yang datang ke pengepul, tapi pengepul mengantarkan produk yang dipesan oleh konsumen. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengepul berupa risiko penurunan

harga pasaran, biaya yang berupa pengemasan, dan informasi pasar untuk mengetahui harga pasaran pada umumnya.

Pada saluran satu b dalam pemasaran ini petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa rasiko kegagalan produk. Fungsi pengangkutan dilakukan oleh petani ke tempat pengepul gula semut, meskipun tidak memerlukan biaya karena sangat dekat masih berada di Desa Selakambang. Pedagang pengepul dalam saluran satu ini melakukan fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli produk dari petani. Pedagang pengepul juga melakukan pengemasan sesuai standar dari pedagang besar. Pedagang pengepul melakukan fungsi fisik penyimpanan sebelum produk dijual ke pedagang besar tetapi pengepul tidak melakukan pengangkutan karena produk diambil oleh pedagang besar. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengepul hanya rasiko yaitu rasiko penurunan harga. Untuk biaya pengemasan seperti plastik biasanya diberi oleh pedagang besar dan untuk informasi pasar tinggal mengikuti pedagang besar saja.

Dalam saluran dua ini pedagang besar melakukan semua fungsi yaitu fungsi fisik pedagang besar melakukan pembelian kepada pengepul dan menjual kembali ke konsumen bahkan ekspor. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu pengangkutan produk dari pengepul dan pengemasan sesuai kebutuhan konsumen. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu rasiko dalam perubahan harga penurunan kualitas dan biaya yang banyak untuk perizinan, biaya pengangkutan, biaya sertifikasi organik dari pohon sampai produk gula semut untuk menjaga kualitas, biaya pengemasan. Dan informasi

pasar yang harus selalu diperoleh karena pedagang besar merupakan penentu harga.

Saluran pemasaran gula semut dua, petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa rasiko kegagalan produk. Fungsi pengangkutan tidak dilakukan oleh petani karena gula diambil langsung oleh pedagang besar. Dalam saluran dua ini pedagang besar melakukan semua fungsi yaitu fungsi fisik yang dimana pedagang besar melakukan pembelian kepada pengepul dan menjual kembali ke konsumen bahkan ekspor. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu pengangkutan produk dari pengepul dan pengemasan sesuai kebutuhan konsumen. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu rasiko dalam perubahan harga penurunan kualitas dan biaya yang banyak untuk perizinan, biaya pengangkutan, biaya sertifikasi organik dari pohon sampai produk gula semut untuk menjaga kualitas, biaya pengemasan. Dan informasi pasar yang harus selalu diperoleh karena pedagang besar merupakan penentu harga.

4.1.3 Margin Tata Niaga Gula Semut

Dalam penelitian ini biaya produksi yang diperhitungkan adalah seluruh pengeluaran yang dibayarkan dalam sekali produksi dengan rata-rata produksi perkilo. Perhitungan didasarkan atas harga-harga yang berlaku di daerah penelitian. Sesuai dengan data yang diperoleh bahwa biaya yang dikeluarkan oleh petani gula semut dalam memproduksi gula dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4. 11 Rata-Rata Biaya Produksi Gula Semut

| Komponen Biaya | Biaya |
|---------------------------|--------------|
| Biaya Produksi Kayu Bakar | 5.000 |
| Brangkal | 200 |
| Jasa Tenaga Kerja | 5.670 |
| Jumlah | 10.870 |
| Harga jual | 17.000 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan petani dalam proses produksi mencapai Rp 10.870 dengan harga jual perkilo Rp.17.000. jika dilihat dari biaya produksi dan harga jual tersebut petani dapat memperoleh keuntungan yang berkisar Rp 6.130 perkilo.

Analisis pasar terdiri dari analisis margin tata niaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya. Ketiga komponen analisis tersebut merupakan indikator untuk mengukur tingkat efisiensi tata niaga gula semut. Analisis margin tata niaga dilakukan untuk melihat perbedaan harga ditingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen. Nilai margin tata niaga akan menentukan besarnya bagian harga yang diterima oleh produsen disetiap saluran tata niaga dari harga yang diterima pada tingkat konsumen akhir. Analisis *farmer share* menunjukkan perbandingan harga ditingkat produsen gula semut dengan konsumen akhir. Selain sebaran margin dan *farmer's share*, analisis efisiensi tata niaga dilakukan berdasarkan pembagian yang adil bagi produsen dan lembaga tata niaga dari keseluruhan yang dibayarkan oleh konsumen. Pembagian yang adil dan merata tersebut dilakukan melalui pendekatan rasio keuntungan dan biaya pada setiap lembaga tata niaga termasuk produsen. Sebaran margin tata niaga, dan rasio keuntungan dan biaya tiap saluran dapat dilihat pada Tabel 4.12

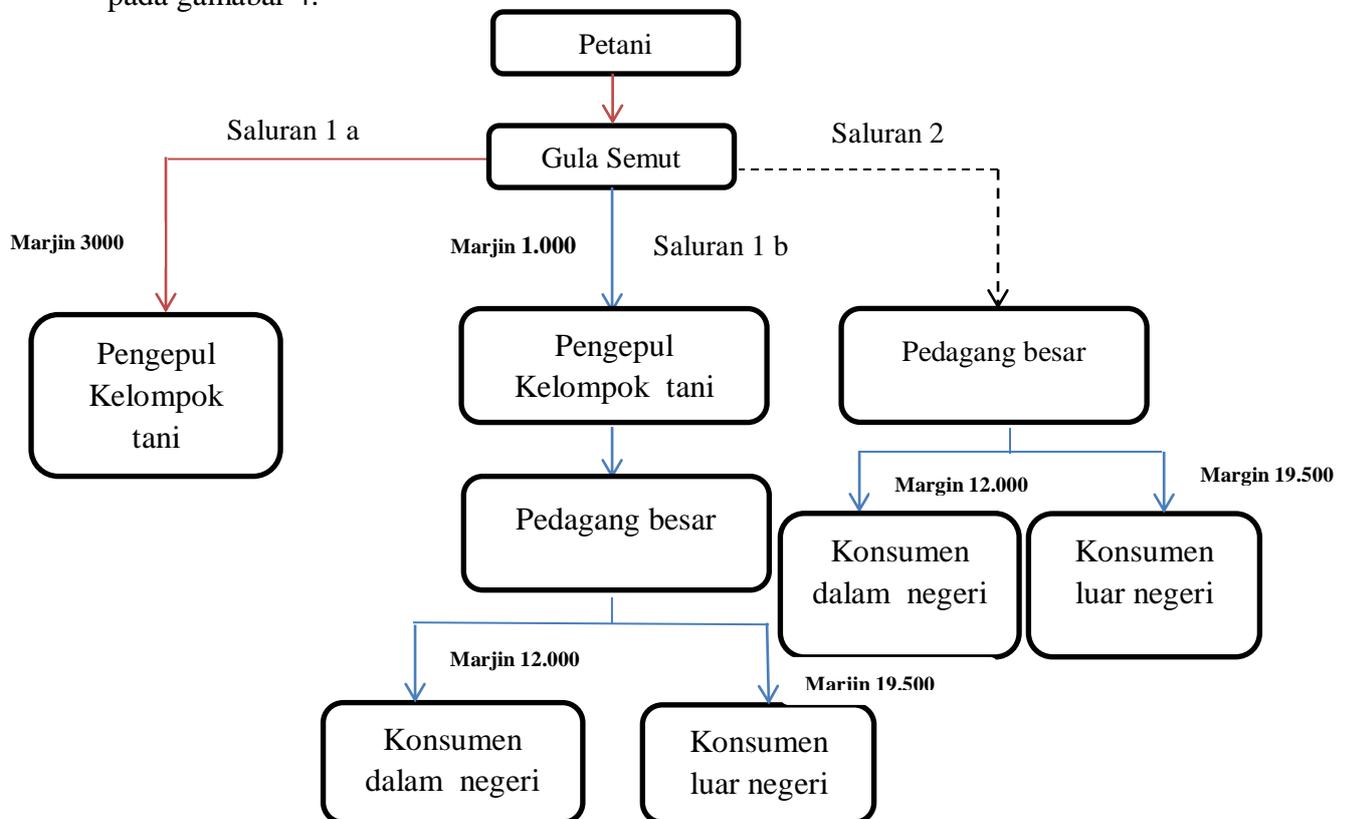
Tabel 4. 12 Sebaran Marjin Tata Niaga Tiap Saluran Tata Niaga Gula Semut Desa Selakambang

| Uraian | Saluran Tata Niaga | | |
|---------------------------|--------------------|---------------|---------------|
| | Saluran 1 a | Saluran 1 b | Saluran 2 |
| Petani | | | |
| Harga Jual | 17.000 | 17.000 | 18.000 |
| Pengepul | | | |
| Harga Beli | 17.000 | 17.000 | - |
| Biaya Tata Niaga | 1.300 | 500 | - |
| Kuntungan | 1.700 | 500 | - |
| Harga Jual | 20.000 | 18.000 | - |
| Marjin Tata Niaga | 3.000 | 1000 | - |
| Pedagang Besar | | | |
| Dalam Negeri | | | |
| Harga Beli | - | 18.000 | 18.000 |
| Biaya Tata Niaga | - | 5.000 | 5.000 |
| Kuntungan | - | 7.000 | 7.000 |
| Harga | - | 30.000 | 30.000 |
| Marjin Tata Niaga | - | 12.000 | 12.000 |
| Luar Negeri | | | |
| Harga beli | - | 18.000 | 18.000 |
| Biaya tata niaga | - | 10.000 | 10.000 |
| Keuntungan | - | 9.500 | 9.500 |
| Harga jual | - | 37.500 | 37.500 |
| Margjin tata niaga | - | 19.500 | 19.500 |

Sumber : Hasil wawancara diolah (2020)

Saluran satu a maupun saluran satu b memiliki harga produk gula semut yang sama. Produsen menjual gula semut langsung ke pengepul kemudian dari pengepul langsung dijual ke konsumen dengan total margin tata niaga Rp 3.000/kg. Pada saluran satu b produsen menjual ke pengepul dan dari pedagang pengepul dijual ke pedagang besar yang dimana marjin tata niaga sangat tinggi mencapai Rp 12.000/kg jika dijual di dalam negeri dan mencapai marjin Rp 19.500/Kg jika dijual keluar negeri. Dan pada saluran kedua pedagang besar

membeli dari petani langsung Rp 18.000 dan pedagang besar memperoleh margin yang sama dengan saluran satu b yaitu Rp 12.000 ribu jika dijual dilokal dan memperoleh margin Rp 19.500 jika diekspor. Pengepul memilih saluran kesatu b karena produk sudah jelas terjual dan sudah tidak perlu mengeluarkan biaya pemasaran karena produk gula semut di ambil oleh pedagang besar. Adapun gambar margin pada setiap tataniaga gula semut Desa Selakambang dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. 10 Sebaran Margin Tata Niaga

4.1.3.1 Farmer's Share

Farmer's share merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dan dinyatakan dalam bentuk presentase. *Farmer's share* memiliki hubungan negatif dengan margin tata niaga

yang semakin tinggi marjin tata niaga maka bagian yang diterima oleh petani akan semakin rendah. Maka semakin tinggi farmer's share menunjukkan semakin tinggi pula bagian yang diterima oleh petani. Pada saluran tata niaga gula semut peoduksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang baik dari saluran tata niaga satu a, saluran tata niaga satu b dan saluran tata niaga dua memiliki *farmer share* yang berbeda-beda. *Farmer share* pada saluran tata niaga gula semut desa selakmbang dapat dilihat pada tabel 4.13.

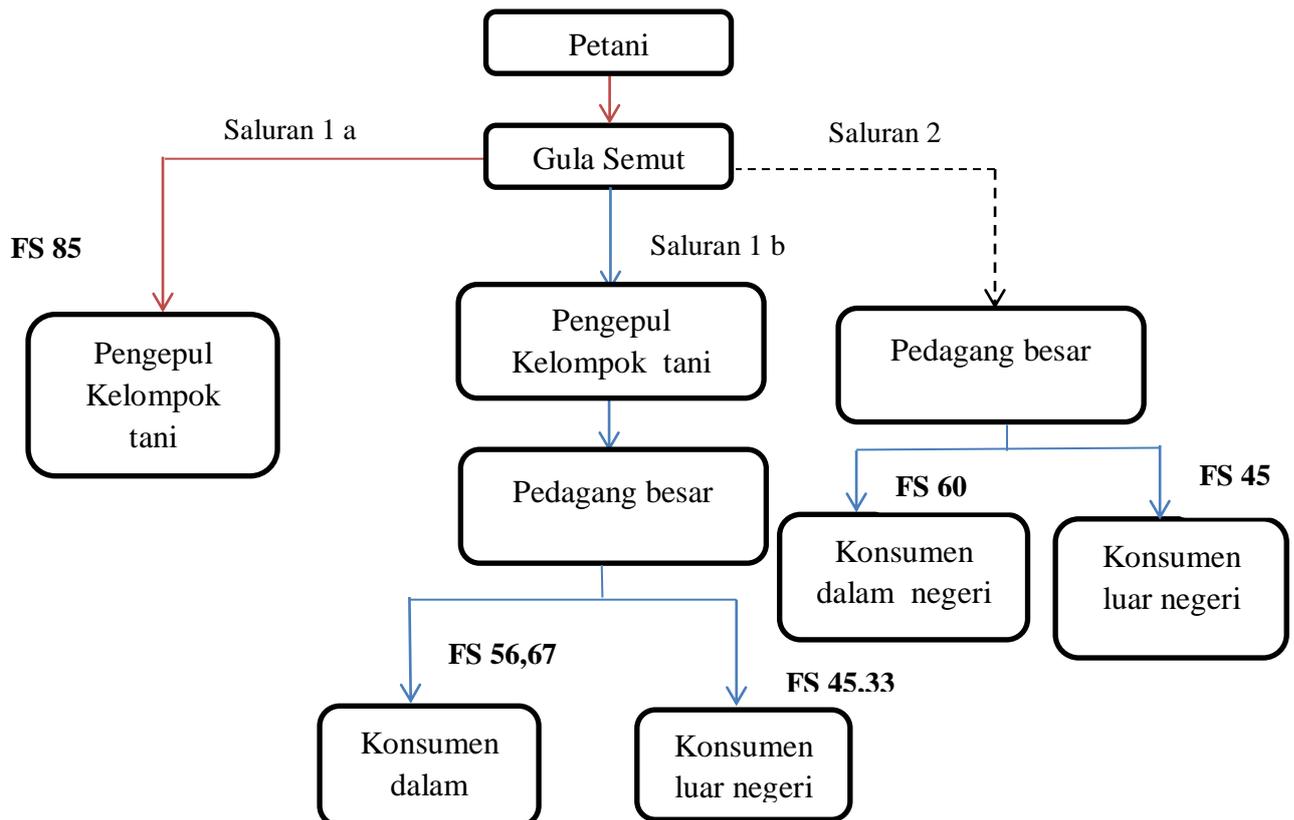
Tabel 4. 13 Farmer's Share Saluran Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Titra Desa Selakmabang

| Saluran Tata Niaga | Harga Ditingkat Petani(Rp/Kg) | Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg) | <i>Farmer's Sahre</i> |
|-------------------------|-------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| Saluran 1a | 17.000 | 20.000 | 85 |
| Saluran 1b Dalam Negeri | 17.000 | 30.000 | 56,67 |
| Saluran 1b Luar Negeri | 17.000 | 37.500 | 45,33 |
| Saluran 2 Dalam Negeri | 18.000 | 30.000 | 60 |
| Saluran 2 Luar Negeri | 18.000 | 40.000 | 45 |

Sumber: Hasil wawancara dan observasi diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.10 pada saluran tata niaga pertama menunjukkan besaran *farmer's share* sebesar 85 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pada saluran tata niaga saluran tata yang dapat dikatakan lebih mengefisenkan saluran tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen tirta Desa Selakambang. Karena harga jual dan harga beli tidak terlalu jauh selisihnya yaitu dengan harga beli Rp17.000 dan harga jual 20.000 memeperoleh *farmer's share* sebesar 80 persen. Adapun *farmer's share* saluran tata niaga 1 b sebesar 56.67 persen denga harga beli Rp 17.000 dan harga jual Rp.30.000 untuk dalam negeri dan *farmer's share* saluran 1b ekspor memeproleh 45.33. Untuk saluran tata niaga dua tujuan dalam negeri memperoleh 60 persen sedangkan tujuan ekspor memeeperoleh 45 persen. Dengan

besaran farmer's share dari kedua saluran tersebut dapat dikatakan belum menguntungkan bagi petani. Adapun gambar *farmer's share* yang diterima petani dapat dilihat pada gambar 4.11.



Gambar 4. 11 Farmer's Share Saluran Tata Niaga

4.1.4 Tingkat Efisiensi

Untuk mengetahui efisien atau tidaknya saluran pemasaran gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang dapat dilihat dari margin dan (*share*) yang diterima oleh petani. Pada saluran satu a tata niaga gula semut memperoleh margin sebesar Rp 3.000/kg. Pada saluran tata niaga 1 b tujuan dalam negeri memperoleh margin sebesar 12.000/kg sedangkan dengan tujuan ekspor memperoleh 19.500/kg. pada saluran kedua dengan tujuan dalam negeri

memperoleh margin yang sama yaitu 12.000/kg dan untuk tujuan ekspor memperoleh 19.500/kg. Pada total dari kedua margin tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat margin maka semakin rendah atau semakin tidak efisien suatu saluran. Hal ini menunjukkan bahwa jika dilihat dari tingkat margin maka saluran tata niaga gula semut pertama dianggap lebih efisien dibanding saluran kedua.

Berdasarkan farmer's share pada kedua saluran tata niaga gula semut pada saluran tata niaga satu a memperoleh *farmer's share* sebesar 85 persen sedangkan pada saluran tata niaga gula semut 1 b tujuan dalam negeri memperoleh *farmer's share* sebesar 56.67 persen dan tujuan ekspor 45.33 persen. Dan saluran tata niaga dua tujuan dalam negeri memperoleh 60 persen dan tujuan ekspor memperoleh *farmer's share* 45 persen. Berdasarkan farmer's share yang diperoleh maka farmer share yang memiliki total tertinggi itulah yang dianggap lebih efisien. Berdasarkan kedua farmer's share yang diperoleh dari kedua saluran tata niaga gula semut, maka saluran tata niaga satu a yang bisa dikatakan lebih efisien dibanding saluran tata niaga kedua.

Selain total margin dan farmer's share, untuk menentukan saluran tata niaga yang efisien juga perlu dilihat seberapa besar rasio keuntungan dan biaya tiap saluran. Sebaran rasio keuntungan dan biaya untuk melihat pembagian keuntungan yang adil dan merata sesuai dengan pengorbanan biaya yang dikeluarkan tiap lembaga dalam kegiatann tata niaga. Sebaran rasio keuntungan biaya tiap saluran pemasaran tata niaga gula semut. Adapun sebaran rasio keuntungan dan biaya tiap saluran tata niaga gula semut kelompok tani Legen

Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga dapat dilihat pada tabel 4.14

Tabel 4. 14 Sebaran Rasio Keuntungan Dan Biaya Saluran Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

| Lemabaga Tata Niaga | Saluran 1a | Saluran 1b | Saluran 2 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| Produsen | | | |
| Biaya | 10.870 | 10.870 | 10.870 |
| Keuntungan | 6.130 | 6.130 | 7.130 |
| Rasio B/C | 0,56 | 0,56 | 0,66 |
| Pedagang Pengepul | | | |
| Biaya | 1300 | 500 | - |
| Keuntungan | 1700 | 500 | - |
| Rasio B/C | 1,3 | 1 | - |
| Pedagang Besar | | | |
| Dalam Negeri | | | |
| Biaya | - | 5.000 | 5.000 |
| Keuntungan | - | 8.000 | 8.000 |
| Rasio B/C | - | 1,6 | 1,6 |
| Luar Negeri | | | |
| Biaya | - | 10.000 | 10.000 |
| Keuntungan | - | 12.000 | 12.000 |
| Rasio B/C | - | 0,95 | 0,95 |

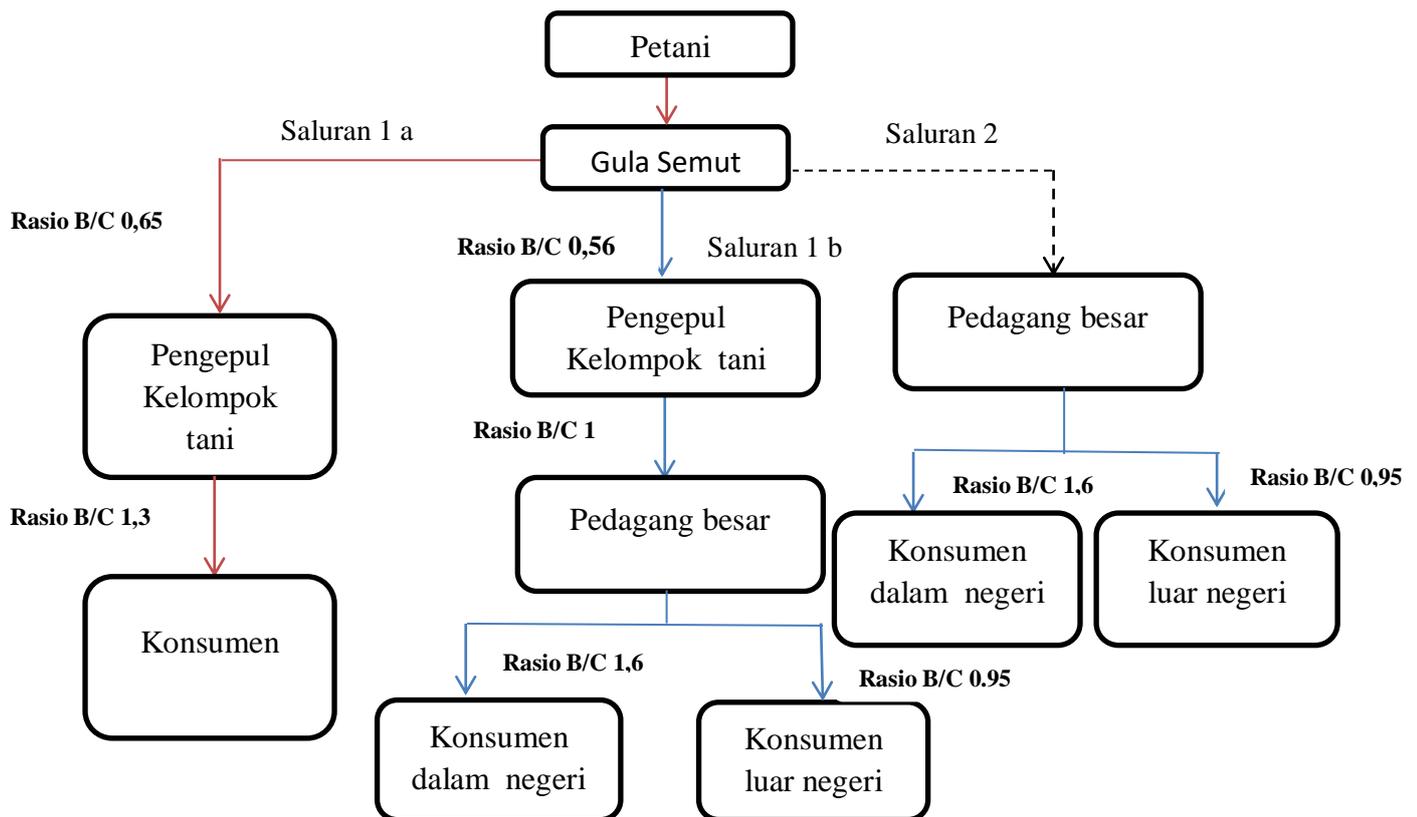
Sumber : Hasil wawancara diolah 2020

Menunjukkan bahwa saluran tata niaga gula semut memiliki sebaran rasio keuntungan dan biaya yang tidak menyebar rata dan tidak adanya pembagian keuntungan yang adil antar lembaga. Rasio keuntungan pada saluran tata niaga satu dan dua terpusat pada pedagnag pengepul. Hal ini karena keuntungan yang diperoleh lembaga tersebut sangat besar disbanding dengan biaya yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan tata niaga gula semut. Masing masing rasio keuntungan yang diperoleh petani baik dari saluran pertama dan saluran kedua adalah 0,56 karena biaya yang dikuarkan oleh petani adalah Rp 10.870 dengan kentungan 6.130/kg. nilai rasio keuntungan dari pedagang pengepul untuk

saluran pertama sebesar 1,3 dengan biaya Rp 1.300 dan keuntungan Rp.1.800/kg dan pada saluran satu b pedagang pengepul memperoleh nilai rasio sebesar 1 dengan biaya Rp 500 dengan keuntungan Rp 500/kg. sedangkan untuk pedagang besar pada saluran satu b tujuan dalam negeri memperoleh rasio sebesar 1,6 dengan biaya yang kurang lebih Rp.5.000 dan dengan keuntungan Rp 7.000/kg. dan untuk tujuan luar negeri pedagang besar memperoleh rasio sebesar 0,95 dengan biaya Rp 10.000 dan keuntungan Rp 9.500. Pada saluran kedua petani memperoleh rasio sebesar 0,66 dengan biaya 10.830 dan keuntungan 7.130 dan pedagang besar tujuan dalam negeri memperoleh rasio sebesar 1,6 dengan biaya yang kurang lebih Rp.5.000 dan dengan keuntungan Rp 7.000/kg. dan untuk tujuan luar negeri pedagang besar memperoleh rasio sebesar 0,95 dengan biaya Rp 10.000 dan keuntungan Rp 9.500. Meskipun dengan keuntungan yang tinggi tapi nilai rasio rata-rata kecil dikarenakan adanya biaya yang tinggi.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan melalui pendekatan margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan dan biaya saluran tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang yang ada dapat dikatakan belum efisien. Jika dibanding dengan kedua saluran tersebut maka saluran tata niaga yang dikatakan lebih efisien adalah saluran tata niaga kedua. Karena pada saluran ini memiliki total margin terkecil dan nilai *farmer's share* terbesar. Saluran satu a memang lebih pendek dan dianggap lebih efisien tetapi berdasarkan wawancara memiliki risiko produksi tidak terjual karena mengingat produksi bisa menumpuk dan kualitas bisa berkurang jika terlalu lama dalam penyimpanan dikarenakan belum memiliki tempat penyimpanan dan pengemasan yang baik. Selain itu

karena dari pedagang pengepul juga belum berani mengambil resiko untuk melakukan pemasaran sendiri yang dikarenakan masih kurangnya surat edar perizinan produk yang belum terpenuhi. Adapun gambar rasio keuntungan yang diterima setiap lembaga tata niaga dapat dilihat pada gambar 4.12



Gambar 4. 12 Sebaran Rasio Keuntungan Dan Biaya Saluran Tata

4.2 Pembahasan

4.2.1 Sistem Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa

Selakambang

Sistem tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga terdapat dua saluran tata niaga. saluran pertama yaitu ada dua saluran, berdasarkan gambar 4.8

saluran pemasaran terlihat adanya saluran tetap dan saluran tidak tetap (kadang-kadang). Saluran tetap adalah saluran tata niaga yang sering dilalui oleh petani untuk menyalurkan produksi gula semut saluran 1a yaitu dari petani kemudian menjual ke pengepul lalu dari pengepul mejual ke konsumen. Kemudian saluran 1b yaitu saluran yang digunakan oleh petani kemudian menyalurkan produknya ke pengepul kemudian dari pengepul disalurkan lagi ke pedagang besar baik untuk tujuan ekspor maupun tujuan dalam negeri. Saluran tata niaga ini merupakan saluran tingkat satu karena memiliki satu perantara (Laksana, 2008:124).

Adapun lembaga yang paling berperan dalam tata niaga satu a ini adalah pengepul dimana pedagang pengepul dalam saluran satu ini melakukan fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli produk. Dalam saluran ini pedagang pengepul menjual produknya dengan harga eceran. Pedagang pengepul juga melakukan fungsi fisik yaitu penyimpanan dan tidak melakukan pengangkutan karena petani yang datang kepengepul tapi mengantarkan produk yang dipesan oleh konsumen. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengepul berupa rasiko penuruna harga pasaran, biaya yang berupa pengemasan, dan informasi pasar untuk mengetahui harga pasaran pada umumnya. Pada saluran satu a petani gula semut memperoleh harga jual sebesar Rp 17.000 kemudian pengepul memperoleh harga jual sebesar Rp 20.000.

Saluran tata niaga petani-pengepul-konsumen memiliki kelemahan yaitu sedikitnya produksi gula semut yang terjual sehingga pengepul tidak berani memberikan harga yang lebih kepada petani. Kelebihan dari saluran tata niaga ini adalah petani memperoleh *farmer's share* yang lebih besar, dalam saluran ini

konsumen juga diuntungkan karena mendapatkan harga terendah dari petani gula semut. Maka saluran tata niaga gula semut satu a dapat dikatakan saluran yang lebih efisien. Daniel (2001:155) mengungkapkan bahwa sistem tata niaga dapat dikatakan efisien jika mampu menyampaikan hasil dari petani kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut. Hal ini juga didukung oleh penelitian Soufanudin dan Budiono (2017:54) bahwa saluran pemasaran cabe rawit yang paling pendek menunjukkan saluran pemasaran yang efisien secara ekonomi.

Saluran tata niaga satu b merupakan saluran tata niaga yang terdiri dari petani gula semut-pedagang pengepul-pedagang besar-konsumen tujuan luar negeri dan dalam negeri. Dalam saluran tata niaga ini petani membawa sendiri produksi gula semutnya kepada pedagang pengepul dengan harga saat ini Rp 17.000 perkilo. Kemudian dari pedagang pengepul menjual produk gula semut ke pedagang besar yang sudah terjalin kerja sama dalam kelompok tani. Pengepul hanya bertugas mengumpulkan produksi gula semut dari petani saja. Aji (2017:477) pedagang pengepul yaitu pedagang yang mengumpulkan produk-produk hasil pertanian dari petani produsen yang kemudian memasarkannya kembali kepada pedagang besar atau pedagang lainnya.

Adapun lembaga yang sangat berperan dalam tata niaga ini adalah pedagang besar. Pedagang besar melakukan semua fungsi tata niaga yaitu fungsi pertukaran berupa pembelian produk gula semut dari petani dan fungsi penjualan dalam hal

ini pedagang besar tidak hanya menjul produksinya ditingkat lokal tetapi lebih fokus pada ekspor. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang besar diantaranya meliputi informasi pasar, penaggungan rasiko dan pembiayaan. Fungsi informasi berupa perkembangan harga di pasaran, pedagang besar juga menanggung biaya biaya rasiko penurunan harga, biaya perizinan, biaya transportasi, biaya pengemasan dan biaya pengecekan, standarisasi dan sertifikasi pohon kelapa organik sampai produk gula semut agar tetap organik dan terjaga kualitasnya yang biasanya dilakukan dalam satu tahun sekali.

Alasan menggunakan saluran tata niaga satu b karena produk gula semut yang dijual langsung ke pedagang besar sudah jelas terjual semuanya. Pengepul tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pemasaran karena dari pedagang besar yang mengambil produk gula semut dan semua fungsi lembaga tata niaga dilaksanakan oleh pedagang besar dan pengepul hanya melakukan penyimpanan. Adapun harga yang diberikan dari pedagang besar tersebut adalah Rp. 18.000 perkilo. Kelemahan menggunakan saluran ini adalah dari petani maupun pengepul hanya bisa mengikuti harga yang sudah ditentukan oleh pedagang besar. Dalam hal ini petani hanya sebagai *price taker* karena lemah dalam sisi tawar menawar. Dan saluran pemasaran satu b merupakan saluran pemasaran yang panjang dalam tata niaga ini. Soufanudin (2017:49) semakin panjang saluran pemasaran dan semakin jauh lembaga lembaga pemasaran maka semakin rendah keuntungan yang diterima oleh produsen.

Saluran tata niaga dua yaitu saluran tata niaga tidak tetap karena saluran ini merupakan saluran yang jarang terjadi atau hanya sedikit yang melakukannya,

dimana saluran ini terjadi pada saluran dua yang dimana hanya terdapa seorang petani gula semut yang menggunakan saluran terssebut dimana petani gula semut menjual ke pedagang besar. Saluran tata niaga dua terdiri dari petani-pedagang besar- konsumen baik dalam negeri maupun luar negeri. petani menggunakan saluran ini dikarenakan memiliki relasi yang cukup baik. Pada saluran kedua ini petani melakukan fungsi tata niaga berupa fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa rasiko kegagalan produk. Fungsi pengangkutan tidak dilakukan oleh petani karena produksi gula semut diambil langsung oleh pedagang besar. Dalam tata niaga ini pedagang besar memiliki pernakan yang paling kuat karena hampir semua fungsi tata niaga gula semut dilaksanakan oleh pedagnag besar. Dari pengangkutan gula semut diambil langsung oleh pedagang besar, sehingga petani tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pemasaran dan semua fungsi lembaga tata niaga dilaksanakan oleh pedagang besar. Adapaun harga yang diberikan dari pedagang besar kepada petani adalah Rp. 18.000 perkilo. Kelemahan menggunakan saluran ini adalah dari petani hanya bisa mengikuti harga yang sudah ditentukan oleh pedagang besar dan tidak semua petani bisa melakukan pemasaran ini. Yani (2013:30) mengatakan bahwa tingkat pengetahuan petani merupakan faktor penunjang keberhasilan usaha, karena dengan pengetahuan yang baik maka petani akan memiliki kemampuan dalam menghadapi kendala dan mencari solusi terbaik untuk menghadapinya.

Dari kedua saluran ini petani membutuhkan modal yang kecil yaitu dibawah Rp 50.000.000. berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 usaha dengan modal dibawah Rp 50.000.000 tergolong dalam kriteria usaha mikro. Dari kedua saluran tata

niaga ini juga membuat struktur pasar menjadi pasar persaingan tak sempurna. Jenis produk yang diperdagangkan bersifat homogen yaitu gula semut. Harga gula semut ditentukan oleh interaksi diantara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli. Tetapi dalam tata niaga ini, seorang petani terlalu kecil perannya didalam pasar sehingga tidak dapat mempengaruhi penentuan harga dipasar karena harga lebih ditentukan oleh lembaga tata niaga tertinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2013:297) mengenai pasar persaingan tak sempurna yaitu seorang perusahaan terelalu kecil perannya didalam pasar sehingga tidak dapat mempengaruhi harga atau tingkat produksi dipasar. Dari kedua saluran ini dapat memberikan keuntungan yang diterima produsen maupun pedagang sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan kedua tata niaga tersebut setiap lembaga tata niaga memiliki fungsi masing-masing baik dari fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi tata niaga diperlukan dalam kegiatan tata niaga untuk memperlancar distribusi barang dan jasa dari tiap lembaga tata niaga yang terlibat. Setiap lembaga yang terlibat dalam tata niaga mempunyai fungsi tata niaga untuk memperlancar proses penyampaian dari produsen hingga ke konsumen akhir. Lembaga tata niaga yang melakukan fungsi-fungsi tata niaga, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas (Rajab, 2017:5).

Dalam undang-undang No 20 tahun 2008 pasal 6 ayat (1) Usaha mikro memiliki kriteria: (1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus

juta rupiah). Adapun kriteria usaha kecil dapat dilihat pada Pasal 6 ayat (2), disebutkan bahwa : (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) samapai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) samapai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Sedangkan kriteria usaha menengah dapat dilihat pada pasal 6 ayat (3), di sebutkan bahwa : (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Tindakan pemerintah berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil pembinaan dan upaya yang dilakukan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menajdi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah, dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan.

Berdasarkan penelitian yang ada, pelaku usaha yaitu petani gula semut sudah mendapatkan perhatian dari pemerintah walaupun belum sepenuhnya optimal. Dalam kasus di kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang masih

belum mendapatkan perhatian yang optimal dalam pembinaan. Dari seluruh petani yang tergabung dalam kelompok tani Legen Tirta hampir sudah seluruhnya mendapatkan bantuan peralatan dari pemerintah seperti halnya pemberian bantuan peralatan berupa wajan, pongkor, arit dan tungku. Tetapi dalam hal perizinan produksi rumah tangga kelompok tani masih mengalami kesulitan dan dengan belum adanya pendampingan yang optimal sehingga belum memberikan kesadaran kepada masyarakat untuk memproduksi gula semut.

4.2.2 Tingkat Margin

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk mengetahui margin pemasaran dapat menggunakan harga yang digunakan oleh petani dan lembaga pemasaran (Jumiati, 2013:4). Dari saluran tata niaga yang ada jika dilihat pada tingkat margin yang diperoleh dari masing-masing pelaku saluran tata niaga hingga ke konsumen di jelaskan pada. Sesuai dengan penelitian Aji dan Nur (2017:483) bahwa efisiensi tata niaga komoditas buah naga paling efisien jika memiliki margin tata niaga terkecil.

Pada saluran satu a, tingkat margin yang diperoleh oleh pedagang pengepul sebesar Rp 3.000/kg; pada saluran satu b pedagang pengepul memperoleh tingkat margin sebesar Rp 1.000/kg. pada saluran satu b terdapat peranan pedagang besar adapun tingkat margin yang diperoleh oleh pedagang besar dengan tujuan konsumen keluar negeri yaitu yaitu Rp 19.500/kg dan dengan tujuan konsumen didalam negeri memperoleh margin 12.000. Sedangkan pada saluran dua pedagang besar memperoleh margin yang sama yaitu dengan tujuan konsumen dalam negeri

memperoleh margin Rp 12.000/kg dan tujuan luar negeri memperoleh margin 19.500. berdasarkan tingkat margin yang tidak merata maka saluran pemasaran ini bisa dikatakan belum efisien. Dan berdasarkan hasil dari margin tata niaga dapat diketahui bahwa dari seluruh tingkat petani gula semut belum memiliki keuntungan yang tinggi. Pemasaran dianggap efisien secara ekonomis apabila saluran pemasaran mempunyai nilai presentase margin pemasaran yang rendah (Khaswarina, 2014:212). Berdasarkan hasil margin tata niaga tersebut maka saluran tata niaga satu a bisa dikatakan lebih efisien karena memiliki tingkat margin terendah. Adapun risiko yang dihadapi petani cukup besar yaitu risiko dalam pengambilan nira saat hujan petir, risiko musim yang mempengaruhi kualitas gula sehingga mempengaruhi harga gula bahkan bisa membuat gula gagal diproduksi. Kondisi lapangan terlihat bahwa harga gula di tingkat petani gula semut merupakan harga terendah dalam sistem tata niaga. Hal ini yang menyebabkan tingkat *farmer's share* petani gula semut dalam tata niaga ini menjadi kecil.

Tingkat hidup para pengusaha mikro dan kecil dapat diperbaiki melalui gerakan perkoperasian. Hal tersebut tercantum dalam Undang-Undang Dasar Tahun 1945 pasal 33. Koperasi adalah suatu asosiasi para pengusaha mandiri (yang populer dengan istilah Usaha Kecil Menengah) yang secara otonomi mempersatukan diri dengan sukarela mempertemukan kepentingan ekonomi, sosial, cita-cita dan kebutuhan budaya mereka melalui suatu wadah organisasi ekonomi yang dimiliki dan dikelola secara demokratis, dimana anggota dapat

mengawasi jalannya perusahaan. Sehingga produsen bisa berperan sebagai penentu harga gula semut dengan mendekatkan konsumen dengan produsen.

Pemerintah sebagai salah satu *stakeholder* pengembangn UMKM juga tidak hanya fokus pada sektor pemberian bantuan peralatan atau permodalan sebagai salah satu komponen pengembangan UMKM, tetapi juga harus fokus pada berbagai sektor yang mendukung pngembangan UMKM, sektor tersebut antara lain administrasi, produksi, manajemen, pemasaran dan teknologi. Selain itu pemerintah juga memberikan dukungan dalam proses pendampingan dan pengembangan sehingga sesuai dengan amanat undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dan Perturan Pemerintah No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil. Sehingga petani memiliki kesadaran bahwa dengan mengolah produksi seperti gula semut menjadi cetak dengan harapan memperoleh harga yang lebih tinggi. Berdasar penelitian Parausic (2016) petani dapat mengembangkan klaster yang sukses dan menjadi posisi terdepan bisa dengan mengikuti organisasi yang terorganisir seperti memperkuat koperasi bisa dengan memperkenalkan inovasi, pengembangan dalam produksi, pengolahan dan pengepakan.

4.2.3 Tingkat Efisiensi Tata Niaga

Untuk mengetahui efisen atau tidaknya tata niaga gula semut pada kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang dapat dilihat melalui margin tata niaga, farmer share, dan keuntungan rasio. Suatu indikator untuk mengukur efisiensi saluran pemasaran adalah margin tata niaga (Wulandari, 2015:12). Pada saluran satu a tata niaga gula semut memperoleh marjin sebesar Rp 3.000/kg.

Pada saluran tata niaga satu b pengepul memperoleh margin Rp 1.000/kg dan pedagang besar memperoleh margin sebesar 19.500/kg untuk tujuan luar negeri dan Rp 12.000/kg untuk tujuan dalam negeri. Dan pedagang besar juga memperoleh margin yang sama dengan saluran satu b yaitu margin sebesar 19.500/kg untuk tujuan luar negeri dan Rp 12.000/kg untuk tujuan dalam negeri. Pada total dari kedua margin tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat margin maka semakin rendah atau semakin tidak efisien suatu saluran. Hal ini sesuai dengan penelitian Danil (2014:42) pemasaran kakao belum efisien karena indikator besarnya margin pemasarannya, dan kecilnya bagian harga yang diterima oleh petani.

Selain dapat dilihat dengan margin tata niaga juga dapat diketahui tingkat efisiensi dengan menggunakan *farmer's share*. Efisiensi pemasaran atau tata niaga dapat diukur melalui efisiensi berupa presentase harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) (Apriliani, 2015:19). Berdasarkan *farmer's share* pada kedua saluran tata niaga gula semut pada saluran tata niaga satu a memperoleh *farmer's share* sebesar 85. Pada saluran tata niaga gula semut 1 b tujuan dalam negeri memperoleh *farmer's share* sebesar 56.67 persen dan tujuan ekspor 45.33 persen. Dan saluran tata niaga dua tujuan dalam negeri memperoleh 60 persen dan tujuan ekspor memperoleh *farmer's share* 45 persen. Berdasarkan *farmer's share* yang diperoleh maka *farmer share* yang memiliki total tertinggi itulah yang dianggap lebih efisien. Hal ini menunjukkan bahwa jika dilihat dari tingkat margin dan tingkat *farmer's share* maka saluran tata niaga gula semut satu a dianggap lebih efisien dibanding saluran tata niaga satu b dan saluran tata niaga kedua.

Pemasaran di katakana efisien apabila perbandingan *share* keuntungan dengan biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran merata (Jumiati, 2013:5). Berdasarkan rasio keuntungan yang diperoleh petani baik dari saluran pertama adalah 0,56 dengan biaya sebesar Rp 10.870 dan keuntungan 6.130/kg. Nilai rasio keuntungan pengepul untuk saluran satu a sebesar 1,3 dengan biaya Rp 1.300 dan keuntungan Rp.1.700/kg, pada saluran satu b pengepul memperoleh nilai rasio sebesar 1 dengan biaya Rp 500 dengan keuntungan Rp 500/kg. Pedagang besar pada saluran satu b tujuan dalam negeri memperoleh rasio sebesar 1,6 dengan biaya yang kurang lebih Rp.5.000 dan keuntungan Rp 7.000/kg. Untuk tujuan luar negeri pedagang besar memperoleh rasio sebesar 0,95 dengan biaya Rp 10.000 dan keuntungan Rp 9.500. pada saluran kedua petani memperoleh rasio sebesar 0,66 dengan biaya 10.870 dan keuntungan 7.130 dan pedagang besar tujuan dalam negeri memperoleh rasio sebesar 1,6 dengan biaya yang kurang lebih Rp.5.000 dan keuntungan Rp 7.000/kg. Untuk tujuan luar negeri pedagang besar memperoleh rasio sebesar 0,95 dengan biaya Rp 10.000 dan keuntungan Rp 9.500. Meskipun dengan keuntungan yang tinggi tapi nilai rasio rata-rata kecil dikarenakan adanya biaya yang tinggi. Dari margin tata niaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga tata niaga cukup imbang sesuai dengan modal yang dikeluarkan dan risiko yang ditanggungnya. Adapun keuntungan dan kerugian penggunaan setiap saluran tata niaga gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4. 15 Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Setiap saluran Tata Niaga Gula Semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

| Saluran 1 a | Saluran 1 b | Saluran 2 |
|---|--|---|
| <p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> -Petani tidak perlu memerlukan biaya transportasi -Pengepul memperoleh margin yang lebih tinggi -Kelompok tani bisa andil dalam menentukan harga -Keuntungan diperkirakan lebih besar jika di jual sendiri sehingga harga ditingkat petani bisa naik | <p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Petani tidak memerlukan biaya transportasi - Pengepul tidak memerlukan biaya pengemasan seperti membeli plastik karena plastik biasanya diberi oleh pedagang besar - Semua gula pasti langsung terjual tanpa harus menunggu lama | <p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Petani memperoleh harga yang lebih tinggi - Hasil produksi petani diambil langsung oleh pedagang besar |
| <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya pengemasan ditanggung oleh pengepul - Menanggung resiko tidak terjualnya gula semut, belum memiliki izin produksi sehingga tidak berani memasarkan secara luas | <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - kelompok tani tidak bisa ikut andil dalam penentuan harga karena harga di tentukan oleh lembaga pasar tertinggi | <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak bisa dilakukan oleh semua kelompok tani karena akses jalan yang tidak memungkinkan dan tidak adanya relasi |

Berdasarkan margin tata niaga, farmer share dan berdasarkan keuntungan dan kerugian yang di peroleh oleh lembaga tata niaga. Menurut pandangan peneliti, produksi gula semut kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang dapat bertahan dan mendapatkan keuntungan yang cukup besar dengan menggunakan saluran terpendek tata niaga yaitu saluran dua namun saluran ini tidak bisa dilakukan oleh setiap petani. Dan saluran terpendek kedua yaitu saluran satu a, karena dengan menggunakan saluran ini maka harga pada tingkat produsen dapat lebih tinggi tetapi dalam kelompok tani ini belum memiliki surat izin produksi rumah tangga sehingga jika menggunakan saluran pendek yang berada dalam kelompok tani tersebut membuat pemasaran tidak bisa lebih luas. Untuk memperoleh surat izin produksi ini dibutuhkan banyak kesadaran, dukungan dan

kontribusi dari petani gula semut Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang dengan tujuan agar harga tidak selalu dimainkan oleh lembaga tata niaga tertinggi saja dan dari petani hanya bisa mengikuti saja, tetapi dengan harapan bisa membuat kelompok Tani Legen tirta bisa lebih mandiri.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap tata niaga gula semut produksi kelompok tani Legen Tirta Desa Selakambang maka diperoleh kesimpulan :

- (1) Sistem tata niaga gula semut terdapat dua saluran tata niaga. Saluran tata niaga 1 a merupakan saluran tata niaga yang terdiri dari petani gula semut-pedagang pengepul-konsumen akhir. Saluran satu a tata niaga gula semut petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa rasiko kegagalan produk. Fungsi pengangkutan dilakukan tetapi tidak memerlukan biaya. Pedagang pengepul melaksanakan fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli produk. fungsi fisik yaitu penyimpanan dan mengantarkan produk yang dipesan oleh konsumen. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengepul berupa rasiko penurunan harga pasaran, Saluran tata niaga 1 b merupakan saluran tata niaga yang terdiri dari petani gula semut-pedagang pengepul-pedagang besar baik tujuan konsumen luar negeri (ekspor) maupun tujuan dalam negeri dan konsumen. Pada saluran satu b dalam pemasaran ini petani melakukan fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengemasan dan fungsi fasilitas berupa rasiko kegagalan produk. Fungsi pengangkutan dilakukan oleh petani tanpa biaya. Pedagang pengepul melakukan fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli produk dari petani, melakukan pengemasan sesuai

standar dari pedagang besar, melakukan fungsi fisik penyimpanan sebelum diambil pedagang besar. Pedagang besar melaksanakan semua fungsi tata niaga baik fungsi pertukaran, fungsi fisik maupun fungsi fasilitas. Saluran tata niaga 2 adalah saluran yang hanya dilakukan oleh satu petani gula semut. Pada saluran dua ini terdiri dari petani gula semut, pedagang besar, konsumen. Alasan menggunakan saluran ini dikarenakan sudah menjalin kekerabatan yang baik dengan pedagang besar. Dalam saluran dua ini pedagang besar melakukan semua fungsi tata niaga yaitu fungsi fungsi pertukaran berupa penjualan, pembelian dan kemasan; fungsi fisik berupa angkut dan penyimpanan; dan fungsi fasilitas berupa rasiko biaya dan informasi pasar.

- (2) Saluran satu a maupun saluran satu b memiliki harga produk gula semut yang sama. Produsen menjual gula semut langsung ke pengepul kemudian dari pengepul langsung dijual ke konsumen dengan total margin tata niaga Rp 3.000/kg. Pada saluran satu b produsen menjual ke pengepul dan dari pengepul dijual ke pedagang besar yang dimana margin tata niaga sangat tinggi mencapai Rp 12.000/kg jika dijual di dalam negeri dan mencapai margin Rp 19.500/Kg jika dijual keluar negeri. Dan pada saluran kedua pedagang besar membeli dari petani langsung Rp 18.000 dan pedagang besar memperoleh margin yang sama dengan saluran satu b yaitu Rp 12.000 ribu jika dijual dilokal dan memperoleh margin Rp 19.500 jika diekspor.
- (3) Efisiensi tata niaga gula semut jika dilihat dari tingkat margin maka saluran satu a yang lebih efisien karena paling rendah tingkat marginnya dan begitu

pula jika dilihat dari farmer share yang diperoleh maka saluran satu a lebih efisien. Dengan perolehan farmer share sebesar 85, Berdasarkan rasio keuntungan yang diperoleh tidak memiliki persebaran yang rata pada setiap lembaga tata niaga gula semut karena meskipun dengan keuntungan yang tinggi tapi nilai rasio rata-rata kecil dikarenakan adanya biaya yang tinggi.

5.2 Saran

1. Untuk mengoptimalkan keuntungan atau efisiensi pemasaran dari masing masing saluran, petani atau dalam kelompok tani tersebut memiliki izin edar PIRT agar mampu memasarkan produknya sendiri secara luas.
2. Untuk memperkecil biaya tata niaga petani harus bersama-sama mendukung kegiatan tata niaga dan bersama-sama membangun kelompok tani yang lebih mandiri agar petani tidak bergantung pada lembaga tata niaga tertinggi sehingga petani mampu mempengaruhi harga.
3. Untuk mengoptimalkan farmer's share dapat dilakukan dengan salah satu cara yaitu produsen meningkatkan kemabali produksi gula semut dengan bertindak kreatif dan inovatif dalam mengolah produksinya seperti melakukan nilai tambah terhadap gula semut sehingga menghasilkan gula semut yang beraneka rasa misal seperti rasa jahe atau wedang-wadangan jenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah: Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Ilmu*. Depok : Rajawali Pres.
- Aji, Ardito Atmaka dan Kurniawan Muhammad Nur. 2017. *Analisis Tataniaga Buah Naga Organik Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani Di Kabupaten Banyuwangi*. Seminar Nasional dan Gelar Produk. Banyuwangi : Politeknik Negeri Banyuwangi.
- Ali, M. F., S. Situmorang dan K. Murniati. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis Di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus*. *Jurnal Agribisnis*. Volume 5 No. 3, Agustus 2017. Lampung : Universitas Lampung.
- Alfarizi, Kamaruzzaman. 2017. *Analisis Efisiensi Saluran Tataniaga Gula Kelapa Di Kabupaten Lampung Selatan*. Lampung: Universitas Lampung.
- Amalia, Astrid Nur. 2013. *Analisis Tataniaga Wortel (Daucus Carota L) Di Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur Jawa Barat*. Jawa Barat : Uneversitas IPB.
- Anwar, Heriry. 2014. *Analisis Tataniaga Ubi Jalar Desa Purwosari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor Jawa Barat*. Jakarta : UIN Jakarta
- Anindita, Ratya dan Nur Baladina. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian*. Yogyakarta: ANDI
- Annisa, I., R. W. Asmarantaka dan R. Nurmalina. 2018. *Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Kasus: Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Volume 8 No.
- Apriliani, Sari. 2015. *Analisis Tata Niaga Jagung Di Kabupaten Bulukumba*. Makasar : Universitas Hasanuddin.
- BPS Jumlah Rumah Tangga Usaha Perkebunan Tanaman Tahunan Menurut Kecamatan Dan Jenis Tanaman Di Kabupaten Purbalingga Aupdate 2016.(Diunduh 10 Desember 2010)
- Bungin, Burhan. 2017. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta : Kencana.
- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis Edisi Ke Empat*. Erlangga : Jakarta.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

- Danil,. Muhamad Firdaus dan Sri Hartoyo. 2014. *Produksi dan Pemasaran Kakao Di Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatra Bara. Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. Volume 11 No.1, Maret 2014. Bogor : IPB
- Darmawan, Dwi Putra dan Setiawan Adi Putra. 2014. *Sistem Tata Niaga Kentang Di Kecamatan Hatu-Builiko, Kabupaten Ainaro, Timor Leste. Jurnal Manajemen Agribisnis*. Volume 2 No. 2 Oktober 2014. Bali : Universitas Udayana.
- Dewi, Ermawati. 2015. Analisa Usaha Dan Efisiensi Pemasaran Bawang Prei (Allium Porrum Bi.) Di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Agribisnis*. Volume 11 No. 13 April 2015. Jawa Timur : Unita
- Desiana, Candra., Dini Rochdiani dan Cecep Pardani. 2017. *Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. Jurnal Agroinfo*. Volume 4 No. 2 Mei 2017. Jawa Barat :Universitas Padjajaran.
- Dinas Pertanian Kabupaten Purbalingga,10 Desember 2019. <https://dinpertan.purbalinggakab.go.id/mengenal-gula-kelapa-organik-purbalingga/> (di unduh 12 Desember 2019).
- Dikominfo, 2018. <https://www.purbalinggakab.go.id/v1/pejuang-usaha-permintaan-eksport-gula-semut-200-ton-belum-terpenuhi/> (diunduh 15 Januari 2020)
- Efendi, Fajri., Pujihartono dan Dumasari. 2017. *Analisis Produksi Dan Pemasaran Gula Merah Di Desa Kubangkungkung, Kabupaten Cilacap. Jurnal Agritech*. Volume 19 No. 2 Desember 2017. Purwokerto : Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Elpawati, H. Anwar dan A. Muhib. 2014. Analisis Tataniaga Ubi Jalar Di Desa Purwasari Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis*. Volume 8 No. 2 Desember 2014 203-218.
- Firdaus, M. E., D. H. Sujaya dan T. Hardiyanto. 2017. *Analisis Saluran Pemasaran Gula Aren (Suatu Kasus Di Desa Cikuya Kecamatan Culamega Kabupaten Tasikmalaya. Jurnal Imlimah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Volume 4 No. 3 September 2017 Hal : 418-425. Jawa Barat : Universitas Padjajaran.
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.
- Haridik, Didik. 2014. *Perencanaan Strategi Pengembangan Industri Gula Semut Di Kabupaten Banyumas*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.

- Hasanah, Erni Ummi dan Puri Widowati. 2011. *Analisis Produktifitas Tenaga Kerja Pada Industri Rumah Tangga Krecek Di kelurahan Segoroyoso. Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Volume 2 No. 2 Desember 2011, 169-182. Yogyakarta : Universitas Janabadra.
- Hertini, Sri, Etty., Hermantoro, dan Danang Manumono. 2016. *Uji B/C Efisiensi Pemasaran Gula Semut Tingkat Saluran Rantai Pasok Di Kabupaten Kulon Progo. Jurnal Agroteknose*, Volume 7 No. 2. Hal 60-65 Yogyakarta: Institut Pertanian Stiper Yogyakarta
- Hidayat, R. S., Y. Rusman dan M. Ramdan. 2016. *Analisis Pemasaran Gula Aren (Arenga Pinata) (Studi Kasus Di Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes). Jurbal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Volume 2 No. 2, Januari 2016. Jawa Barat : Universitas Padjajaran.
- Hutabarat, Batahri Wastin. 2012. *Analisis Sistem Tataniaga KOModitas Brokoli Di Desa Tugu Utara, Kecamatan Cisarua. Kabupaten Bogor*. Jawa Barat : IPB.
- Indraswari, S. D., Sumba I. K., dan Dewi I. A. 2015. *Saluran Pemasaran Belimbing Organik (Averrhoa carambola L.) Pada Kelompok Tani Sekar Sari Subak Mabal, Desa Maba, Kecamatan Agiensemal Kabupaten Badung*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, Vol 4, No.5, Desember 2015, Denpasar : Universitas Undaya.
- Jiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Andi : Yogyakarta
- Jumiati, Elly., Dkk. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. Jurnal Agrifor*. Volume 12 Nomor 1 Maret 2013. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Karimiati, Vitus Dwi Yuniarto, Bambang dan Prasetiyono. 2016. *Strategi Pengembangan Agro Industri Gula Tumbu Di Kabupaten Kudus. Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*. Volume 14 No. 1 Juni 2016. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Khaswarina, S., E Maharani, dan A. Z. Nugroho. 2014 *Analisis Saluran Pemasaran Produk Susu Bubu Kedelai (Studi Kasus: Industri Sumber Gizi Nabati, Perkanbaru)*. *Pekbis Jurnal*. Volume 6 No. 3 November 2014 : 208-217. Riau : Universitas Riau.
- Kotler, Philip dan Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Salemba Empat : Jakarta.

- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tiga Belas*. Erlangga: Jakarta.
- Kusnadi, Bayarti. (2017). Selakambang-Kaligondang : Gula Kristal “Legen Tirta” Tanpa Bahan Kimia, Manisnya Nyata. <http://www.bralink.id/%E2%80%8Bselakambang-kaligondang-gula-kristal-legen-tirta-tanpa-bahan-kimia-manisnya-nyata/> (di unduh 12 Desember 2019).
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Maghfiroh, Anisa Alfi. 2018. *Analisis Industri Rumhan Gula Kelapa Dalam Meningkatkan Taraf Hidup Pengrain Gula Kelapa Desa Kerangean Kecamatan Kertanegara Kabupaten Purbalingga*. Seminar Nasional Keindonesiaan III Tahun 2018 “Penguatan SDM di Era Disrupsi Teknologi Melalui Pendidikan. Hal 227 Semarang : UPGRIS.
- Manalu, Osman., Tumpal Halomoan S. S., dan Abdul Rahman. 2014. *Analisis Tataniaga Cabai Merah Dan Tomat Di Pasar Penampungan Kota Medan*. *Jurnal Agribisnis*. Volume 7 No. 2 Oktober 2014. Sumatera Utara : Universitas Medan Area.
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. 2015. Bandung : Rosdakarya Offest.
- Mubayarto. 1972. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta : Lembaga Peneliti dan Penerangan Ekonomi & Sosial.
- Mutayoba, Vanance. 2015. *Kinerja Pasar dan Pilihan Pemasaran Saluran Nilai Tinggi Di Tanzania*. *Jurnal Internasional Ekonomi, Perdagangan dan Manajemen*, Volume 3 Edisi 8. Tanzania: Universitas Terbuka Tanzania.
- Nasutioan, A. H., R. W. Asmarantaka dan L. M. Baga. 2015. *Efisiensi Pemasaran Gambir Di Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat*. *Buletin Ilmiah Libang Perdagangan*. Volume 9 No. 2. Bogor : IPB.
- Oteh, O. U dan E. M. Njoku. *Penentu Marketing Efisiensi Untuk Kemasan Air Di Imo State. Nigeria: Memaksimalkan Kesejahteraan Konsumen*. *Makalah Ilmiah Manajemen*. Volume 14. Edisi 3. Negria : Departemen Agribisnis Dan Manajemen, Umudike, Abia.
- Parausic, Vesna dan Ivana Simeunovic. 2016. *Analisis Pasar Serbia Raspeberry Sektor Dan Pengembangan Klaster Inisatif*. *Artikel Ekonomi Pertanian*. Blgrade : Akademi Perbankan Belgrade.

- Permadi, Rokhman. 2017. *Analisis Pemasaran Pisang Kepok Di Kabupaten Seruyan. Jurnal Of Agricultur Scienties*. Volume 1 Issue 1, February 2017. Seruyan : Universitas Darmawan Ali.
- Prabandari, Anindhiya Intan. 2018. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produksi Petani Gula Kelapa Di Desa Pemanglusan Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pranjati, Sucihatining Dian Wisika dan Avi Budi Setiawan. 2013. *Ekonomi Pertanian : Sebuah pendekatan Empiris*. CV Swadaya : Semarang.
- Prihatsatin, U., Suryanto., dan Hendriani W. 2018. *Menggunakan Studi Kasus Sebagai Metode Ilmiah Dalam Psikologi*. Buletin Psikologi 2018, Volume 26, No.2, 126-136. Universitas Diponegoro dan Universitas Airlangga.
- Purnomo, Martino Eko. 2018. *Analisis Saluran Pemasaran Pepaya California Di Desa Pasirian, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Putri, C. F., H. Prayuginingsih dan S. Hadi. 2018. *Analisis Pemasaran Agroindustri Rumah Tangga Gula Kelapa Di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember. Jurnal Agribest*. Volume 2 No. 1 Maret 2018. Jember : UM Jember.
- Rahim, Abdul. 2016. *Identifikasi Distribusi Saluran Pemasaran Keripik Di Desa Pasir Agung Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu (Studi Kasus Usaha Keripik Tempe Ibu Pur)*. Naskah Publikasi. Rokan Hulu : Universitas Pasir Pengaraian.
- Rajab, Muhammad Arhan. 2017. *Tataniaga Rumput Laut Di Kelurahan Takkala, Kecamatan Wara Selatan Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan*. Volume 5 No. 1 Februari 2017. Sulawesi Selatan : Universitas Cokroaminoto Palopo.
- Rasmikayati, Elly., et al., 2018. *Kajian Potensi Dalam Proses Usaha Tani Dan Pemasaran Mangga Di Kabupaten Indramayu. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Volume 20 No.3*. Universitas Padjajaran.
- Sofanudin, Ahmad dan Eko Wahyu Budiman. 2017. *Analisis Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum Frutescens. L) (Studi Kasus di Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar). Jurnal Viabel Pertanian*. Volume 11 No.1 Mei 2017. Blitar: Universitas Islam Blitar.
- Stiyaningrum, Ari., Jusuf, Udaya dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. ANDI : Yogyakarta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. 2013. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada.
- Sumartono, Eko., Dkk. 2018. *Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kecamatan Putri Hijau, Kabupaten Bengkulu Utara. Jurnal Agribusiness and Rular Devolepment Research*. Volume4 No. 2018. Bengkulu : Universitas Bengkulu.
- Syahdan Dan Husnan. 2019. *Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Trigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. Jurnal Manajemen Dan Ilmu Pendidikan*. Volume 1 No. 1 Feberuari 2019. Nusa Tenggara Barat : STIT Palapa Nusantara Lombok NTB.
- Temesgen, F., E. Gobena dan H. Megersa. 2017. *Analisis Rantai Pemasaran Wijen Dalam Kasus Distrik Gimbi, Ethiopia. Jurnal Pendidikan Dan Praktik*. Volume 8 No. 10. 2017. Ethiopia : Universitas Ambo.
- Tesfamriam, Kifle. 2015. *Penentuan Pilihan Saluran Pemasaran Antara produsen Madu Skala Kecil di Wilayah Tigrai Di Ethiopia. Jurnal Manajemen Bisnis & Ilmu Sosial Penelitian*, Volume 4 No. 4. April 2015. Etopia: Universitas Mekelle.
- Wulandari, Siti Abir. 2015. *Analisis Saluran Tataniaga Dan Marjin Tataniaga Kelapa Dalam (Cocos Nucrifera) Di Kabupaten Tanjung Jabug Barat Provinsi Jambi. Jurnal Ilmiah*. Volume 15 No.3. Jambi : Universitas Batang Hari Jambi.
- Yani, Ahmad. 2013. *Analisis Tataniaga Komoditas Kacang Tanah (Arechis Hypogee L) Di Kecamatan Kluet Utara Kabupaten Aceh Selatan*. Aceh Selatan : Universitas Teuku Umar.
- Xiong, Y., Y. Shujie, J. Xing, X. Huang dan W. Shu. 2014. *Penelitian Studi Empiris Tentang Evaluasi Risiko Saluran Pemasaran Produk Pertanian Melalui PCA Dan Cluster Analisis. Jurnal Of Food Science And Technology*. Cina : Universitas Politeknik Hubei.

Yuniarti, D. , E. S. Rahayu dan M. Harisudin. 2017. *Saluran Pemasaran Beras Organik Di Kabupaten Boyolali. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Volume 1 No.2 Hal 112-121, November 2017. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Surakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian

| | |
|---|---|
|  <p>UNNES UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG</p> | <p>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG FAKULTAS EKONOMI Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229 Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015 Laman: http://fe.unnes.ac.id, surel: fe@mail.unnes.ac.id</p> |
|---|---|

| | | |
|-------|---------------------------|---------------|
| Nomor | : B/5056/UN37.1.7/LT/2020 | 30 April 2020 |
| Hal | : Izin Penelitian | |

Yth. Kepala Desa Selakambang
Desa Selakambang, Kecamatan Kaligonadang, Kabupaten Purbalingga

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

| | |
|----------------|---|
| Nama | : Latifah |
| NIM | : 7101416054 |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Koperasi), S1 |
| Semester | : Genap |
| Tahun akademik | : 2019/2020 |
| Judul | : Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga |

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 1 Mei 2020 s.d selesai.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.



a.n. Dekan FE
Wakil Dekan Bid. Akademik,
Kardoyo
Dr. Kardoyo, M.Pd.
NIP 196205291986011001

Tembusan:
Dekan FE;
Universitas Negeri Semarang



Nomor Agenda Surat : 760 702 843 5

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2020-05-12 8:55:49)



PEMERINTAH KABUPATEN PURBALINGGA
KECAMATAN KALIGONDANG
DESA SELAKAMBANG

Alamat Kantor Kepala Desa : Jl. Raya Selakambang Km.02 Kode Pos 53391 Kode Wilayah : 33.03.04.2006

Nomor : 470/389/DS/VI/2020
Hal : Surat Keterangan

Yth. Dekan Universitas Negeri Semarang
Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : **LATIFAH**
NIM : 7101416054
Program Studi : Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Koperasi), S1
Semester : Genap
Tahun akademik : 2019/2020
NIK : 3303040210760003
Judul : Tata Niaga gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta
Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten
Purbalingga.

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan penelitian skripsi di Kelompok Tani Legen Tirta yang berada di wilayah kami Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Selakambang, 04 Juni 2020
Kepala Desa Selakambang



Lampiran 2 Rekapitulasi Petani Gula Semut Desa Selakambang

| No | Nama | Usia | Pendidikan | Alamat |
|----|----------|------|---------------|--------|
| 1 | Sutirah | 50 | SD | Rt3/3 |
| 2 | Suwati | 60 | SD | Rt3/3 |
| 3 | Nasini | 61 | SD | Rt4/3 |
| 4 | Angini | 50 | Tidak Sekolah | Rt3/4 |
| 5 | Minarso | 49 | SD | Rt3/4 |
| 6 | Sujiah | 60 | Tidak Sekolah | Rt3/4 |
| 7 | Basirun | 70 | SD | Rt3/4 |
| 8 | Sohibi | 60 | SD | Rt3/4 |
| 9 | Kodirin | 40 | SD | Rt4/4 |
| 10 | Mahduri | 58 | SD | Rt4/4 |
| 11 | Sobihi | 50 | SMP | Rt1/4 |
| 12 | Parsini | 60 | SD | Rt4/4 |
| 13 | Warisi | 50 | SMP | Rt4/4 |
| 14 | Padianto | 70 | SD | Rt4/4 |
| 15 | Suyatno | 60 | SD | Rt5/4 |
| 16 | Bawono | 54 | SD | Rt3/4 |
| 17 | Mujirin | 60 | SD | Rt4/4 |
| 18 | Suroso | 50 | SMP | Rt5/4 |

Lampiran 3 Pengguna Saluran Tata Niaga

| No | Petani Gula Semut | Saluran 1 A | Saluran I B | Saluran 2 |
|----|-------------------|-------------|-------------|-----------|
| 1 | Sutirah | ✓ | ✓ | - |
| 2 | Suwati | ✓ | ✓ | - |
| 3 | Nasini | ✓ | ✓ | - |
| 4 | Angini | ✓ | ✓ | - |
| 5 | Minarso | ✓ | ✓ | - |
| 6 | Sujiah | ✓ | ✓ | - |
| 7 | Basirun | ✓ | ✓ | - |
| 8 | Sohibi | ✓ | ✓ | - |
| 9 | Kodirin | ✓ | ✓ | - |
| 10 | Mahduri | ✓ | ✓ | - |
| 11 | Sobihi | ✓ | ✓ | - |
| 12 | Parsini | ✓ | ✓ | - |
| 13 | Warisi | ✓ | ✓ | - |
| 14 | Padianto | ✓ | ✓ | - |
| 15 | Suyatno | ✓ | ✓ | - |
| 16 | Bawono | ✓ | ✓ | - |
| 17 | Mujirin | ✓ | ✓ | - |
| 18 | Suroso | - | - | ✓ |

Lampiran 4 Biaya Tata Niaga

Saluran 1 A

| Lembaga Tata niaga | Komponen Biaya | Biaya |
|---------------------------|---------------------------|---------------|
| Petani | Biaya Produksi Kayu Bakar | 5.000 |
| | Brangkal | 200 |
| | Jasa tenaga kerja | 5.670 |
| | Jumlah | 10.870 |
| Pengepul | Pengemasan | 500 |
| | Jumlah | 500 |

Saluran 1 B

| Lembaga Tata niaga | Komponen Biaya | Biaya |
|---------------------------|---|---------------|
| Petani | Biaya Produksi Kayu Bakar | 5.000 |
| | Brangkal | 200 |
| | Jasa tenaga kerja | 5.670 |
| | Jumlah | 10.870 |
| Pengepul | Pengemasan | 500 |
| | Jumlah | 500 |
| Pedagang besar | Angkut dan pengemasan dalam negeri | 5.000 |
| | Angkut dan pengemasan luar negeri | 10.000 |

Saluran 2

| Lembaga Tata niaga | Komponen Biaya | Biaya |
|---------------------------|---|---------------|
| Petani | Biaya Produksi Kayu Bakar | 5.000 |
| | Brangkal | 200 |
| | Jasa tenaga kerja | 5.670 |
| | Jumlah | 10.870 |
| Pedagang besar | Angkut dan pengemasan dalam negeri | 4.000 |
| | Angkut dan pengemasan luar negeri | 10.000 |

Lampiran 5 Kisi-Kisi Penelitian

KISI-KISI PENELITIAN

“Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang Purbalingga”

| No | Topik Penelitian | Indikator Penelitian | Teknik Pengumpulan data | Sumber Data | Bentuk Instrumen |
|----|---|---|---|----------------------|---|
| 1 | Saluran tata niaga yang digunakan | Proses produksi dan penjualan/pembelian | Wawancara Observasi Studi dokumen | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar observasi Lembar dokumentasi |
| | | Sifat pembel/penjual (borongan / bertahap, pengangkutan, pola pembayaran) | Wawancara Observasi | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar observasi |
| | | Karakteristik petani dan jumlah pelanggan | Wawancara Observasi | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar observasi |
| | | Alasan menggunakan saluran | Wawancara | Produsen | Pedoman wawancara |
| | | Fungsi pertukaran | Wawancara Observasi Studi Dokumen | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar observasi Lembar dokumentasi |
| 2 | Tingkat margin tata niaga gula semut | Biaya pemasaran | Wawancara Studi Dokumen | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar dokumen |
| | | Harga gula semut | Wawancara Studi dokumen | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar dokumen |
| | | Keuntungan pemasaran | Wawancara Studi Dokumen | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar dokumen |
| 3 | Tingkat Efisiensi tata niaga gula semut | Total penerimaan rata-rata | Wawancara Observasi Studi Dokumen | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar observasi Lembar dokumentasi |
| | | Kendala dalam penjualan | Wawancara Observasi | Produsen Penyalur | Pedoman wawancara Lembar observasi |

Lampiran 6 Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama :

Jenis Kelamin :

TTL :

Tingkat Pendidikan :

Tanggal/Waktu Wawancara :

Lokasi Wawancara :

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
 - h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?
 - i. Berapa jumlah pohon yang anda deres?
 - j. Sistem pengolahan pohon yang anda gunakan?
 - k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

2. Sifat pembeli atau penjualan
 - a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?
 - b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?
 - c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?
 - d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?
 - e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?
3. Karakteristik dan jumlah pelanggan
 - a. Dimana saja anda menjual produk anda ?
 - b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap
4. Alasan menggunakan saluran
 - a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?
 - b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?
5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)
 - a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?
 - b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?
 - c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?
 - d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?
6. Biaya pemasaran
 - a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?
 - b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?
7. Harga gula semut
 - a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?
 - b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?
8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?
 - b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?
9. Total penerimaan
- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?
 - b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
10. Kendala dalam penjualan
- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?
 - b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?
 - c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Narasumber : Penyalur

Nama :

Jenis Kelamin :

TTL :

Tingkat Pendidikan :

Tanggal/waktu Wawancara :

Lokasi Wawancara :

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses pembelian dan penjualan
 - a. Dari mana anda membeli produksi gula semut?
 - b. Apa kriteria anda dalam memilih produsen untuk membeli produk?
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
 - d. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
 - e. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
 - f. Manjamen/pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?
2. Sifat pembeli atau penjualan
 - a. Berapa jumlah pembelian dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu pembelian ke produsen meningkat?
 - b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan? Apakah ada waktu tertentu penjualan meningkat?
 - c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar? grosir/ecer?
 - e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?
3. Karakteristik dan jumlah pelanggan
 - a. Dimana saja anda menjual produk anda ?
 - b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?
 4. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)
 - a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?
 - b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?
 - c. Apakah ada promosi/iklan untuk meningkatkan jumlah penjualan?
 - d. Apakah anda menjual produk dengan kemasan yang sama seperti produsen atau dikemas diubah atau dikemas ulang?
 - e. Siapakah yang mengangkut barang dari penyalur ke penyalur lainnya atau konsumen?
 - f. Apakah anda memiliki alat transportasi untuk menunjang usaha anda?
 - g. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari penyalur ke penyalur lainnya atau ke konsumen?
 - h. Apabila dalam pengangkutan tersebut ada masalah siapa yang bertanggung jawab atas hal tersebut?
 5. Biaya pemasaran
 - a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?
 - b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?
 6. Harga gula semut
 - a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?
 - b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?
 7. Keuntungan pemasaran
 - a. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?
 - b. Apakah anda merasa untung sebagai penyalur produksi gula semut?
 8. Total Penerimaan
 - a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

- b. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?
9. Kendala dalam penjualan/pembelian
- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?
 - b. Apakah ada persaingan antara pengusaha/penyalur lain untuk memperoleh produk gula semut?
 - c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Lampiran 7 Lembar Observasi

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang

Hari/Tanggal :

Tempat :

Petunjuk

1. Amati seluruh proses kegiatan tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang
2. Beri tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai untuk aspek yang diamati.

Keterangan

1: Kurang Baik

2: Cukup

3: Baik

5: Sangat Baik

| No. | ASPEK YANG DIAMATI | NILAI | | | |
|-----|--|-------|---|---|----|
| | | KB | C | B | SB |
| 1. | Proses produksi dan penjualan | | | | |
| | a. Produsen menggunakan kemasan menarik untuk produk yang dipasarkan | | | | |
| | b. Jumlah tenaga efisien sesuai dengan keadaan industry rumah tangga | | | | |
| | c. Proses produksi menggunakan mesin/alat | | | | |
| | d. Produsen menggunakan pencatatan keuangan | | | | |
| 2 | Sifat pembeli atau penjual | | | | |
| | a. Jumlah penjualan selalu meningkat | | | | |
| | b. Kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha | | | | |
| | c. Pembeli dapat menjangkau lokasi produksi | | | | |
| 3 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | | | | |
| | a. Produsen memiliki pelanggan tetap | | | | |
| | b. Mempunyai berbagai macam cara penjualan untuk menjangkau pembeli | | | | |
| 4 | Fungsi Pertukaran | | | | |
| | a. Harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan | | | | |
| | b. Inovasi untuk meningkatkan pemasaran produk | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| | c. Melakukan promosi/iklan | | | | |
| | d. Alat transportasi untuk menunjang usaha | | | | |
| | e. Tempat penyimpanan untuk persediaan barang dagang | | | | |
| 5 | Efisiensi pemasaran (total penerimaan) | | | | |
| | a. Biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan | | | | |
| | b. Penerimaan total sesuai dengan biaya-biaya/usaha yang dikeluarkan | | | | |
| 6 | Kendala dalam penjualan | | | | |
| | a. Persaingan antar usaha lain dengan produk yang sama | | | | |
| | b. Kekurangan modal | | | | |
| | c. Ketersediaan bahan baku | | | | |

PENSKORAN

Skor tertinggi : Jumlah butir x skor maksimal

Skor terendah : Jumlah butir x skor minimal

Jarak interval : Skor tertinggi-skor terendah

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Hari/Tanggal :

Tempat :

Waktu :

Objek :

| No | ASPEK YANG DIAMATI | HASIL PENGAMATAN |
|----|--|------------------|
| 1. | Saluran tata niaga yang digunakan oleh petani gula smut Desa Selakambang | |
| 2. | Margin tata niaga gula semut Desa Selakambang | |
| 3. | Tingkat efisensi tata niaga gula semut Desa Selakambang | |

Lampiran 8 Lembar Dokumen

Lembar Dokumen

Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

| No. | Aspek Yang Diamati | dokumen yang diperlukan | keterangan | |
|-----|---|-----------------------------|------------|-------|
| | | | Ada | Tidak |
| 1 | Sifat pembelian atau penjualan | Jurnal penerimaan kas | | |
| 2 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | Daftar pelanggan | | |
| 3 | Biaya pemasaran Harga gula semut Keuntungan pemasaran Rata-rata penerimaan | Laporan keuangan /laba rugi | | |

Lampiran 9 Hasil Wawancara

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Sutirah

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 50

Tingkat Pendidikan : SD

Tanggal/Waktu Wawancara : 21 Mei 2020/10:43

Lokasi Wawancara : Rt3/3

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

- a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?

Jawab : 3 Jam

- b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?

Jawab : Menggunakan bahan alami yaitu kulit manggis

- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?

Jawab : kalau tiap kilonya 17.000 kurang lebih dapat 1.500.000 kotor

- d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?

Jawab : 2 orang

- e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?

Jawab : Modal yang digunakan yaitu untuk membeli kayu bakar

- f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?

Jawab : Pernah mendapat bantuan dari pemerintah berupa alat wajan, arit, dan pongkor.

g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : Menggunakan alat tradisional berupa ayakan

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : Biaya yang biasanya dikeluarkan yaitu untuk membeli kayu bakar yaitu pergulung dengan harga 10.000

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 8 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : Tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : Adakah waktu tertentu produksi meningkat? Jumlah produksi dalam 3-4 hari bisa mencapai 10 kg.

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : 10 kg 3-4 hari

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : didesa ya jalan kaki buat nderesnya didekat sekitaran rumah aja

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar? grosir/ecer?

Jawab : Menjual sendiri ke pengepul.

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : Tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : pengepul pak wanto kadang langsung ke pasar

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : Pengepul Pak Wanto

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : Karena adanya ini jadi tidak perlu jauh-jauh menjualnya

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : Pengepul selalu menerima produk kami, jadi tidak susah mencari pelanggan sendiri

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : untuk harga jual kami mengikuti saja

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk?

Jawab : produk yang bagus karena klo hasilnya tidak bagus harganya juga beda.

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : kami datang sendiri ke pengepul dan untuk jarak tidak terlalu jauh

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : Tidak kecuali menjualnya kepasar

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya buat proses pembuatan itu kayu bakar kalo mencari sendiri tidak mencukupi

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab: mungkin mereka modal plastik buat tempat gula jadi plastic dikasih dari penyalur.

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : saya tidak mematok harga karena harga dari sana yang menentukan untuk saat ini 17.000 perkilonya.

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : tergantung mbak sepertinya kalau di ecer mencapai 20.000an saya kurang paham mbak katanya gulanya di ekspor.

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : Ya sesuai mungkin mbak

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : ya kalau dibilang untung ya yang penting cukup buat kebutuhan sehari-hari.

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab saya menjual 10 kilo sekitar 3- 4 hari mbk soalnya tidak pasti mbak tergantung niranya

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : yak kalau dipikir-pikir ya belum lah mbak

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : kendalanya ya itu mbk tergantung musim mbk kadang niranya tidak bagus jadi susah dibuat kadang hasilnya sedikit

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : kalau persaingan ya masalah harga anantara cetak sama semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : kendalannya kita hanya bisa mengikuti harga pasaran

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Suwati
 Jenis Kelamin : Perempuan
 TTL : 60 tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 21 Mei 2020/10:43
 Lokasi Wawancara : RT 3/3

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

- a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
 Jawab : 2 Jam
- b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
 Jawab : kalo gula desa sini itu menggunakan bahan alami
- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
 Jawab : kalau tiap kilonya 17.000 kurang lebih dapat 1.000.000 kotor
- d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
 Jawab : 2 orang saya sama suami
- e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
 Jawab : modal yang dikelurkan kayu bakar biasanya saya beli per kibiknya 70.000
- f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
 Jawab : Modal perlengkapan seperti wajan, arit, ayakan dan pongkor pernah dapat dari pemerintah tapi sudah lama

g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : menggunakan alat manual mbk seperti ayakan

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : biaya yang dikeluarkan untuk membeli kayu bakar satu kibiknya
70.000

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 17 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : maro

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : Adakah waktu tertentu produksi meningkat? Seminggu bisa dapat
13 kilo.

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab :Pasti terjual semua

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : disekitaran rumah

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : menjual langsung ke pengepul

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : ke pengepul saja mbak

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : saya sudah langganan ke tempat Pak wanto

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : karena sudah pasti terjual

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : saya tidak perlu jauh jauh dan sudah pasti diterima.

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : untuk harga kami hanya bisa mengikuti saja

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : meningkatkan kualitas

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : kami datang sendiri menjual ke tempat pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : diri sendiri

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya kayu bakar dan mengganti peralatan jika sudah rusak

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : bungkusnya diberi dari pengepul

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti saja mbak

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : lebih dari 17.000

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : kurang menguntungkan

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : satu minggu lebih bisa dapat 13 kg tergantung hasil niranya

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kalau bisa di naikan

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : tergantung cuaca

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : persaingan harga gula cetak sama semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : membutuhkan waktu yang lama untuk produksi.

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Nasini
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Usia : 61 tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/08.40
 Lokasi Wawancara : RT 4/3

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 4 jam lebih
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : tanpa bahan kimia
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : biasanya sehari dapat 3 kg dan harga gula sekarang 17.000
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : saya dan suami
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : membeli perlengkapan seperti wajan
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : dulu pernah mendapat bantuan seperti wajan arit dan pingkor
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
Jawab : menggunakan alat manual seperti ayakan

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?
Jawab : tidak pasti kadang buat beli kayu bakar
 - i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?
Jawab : 8 Pohon
 - j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?
Jawab : milik sendiri
 - k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?
Jaawab : tidak ada
2. Sifat pembeli atau penjualan
- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?
Jawab : sehari mencapai 3 kg tergantung jumlah nira dan cuaca
 - b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?
Jawab : semuanya terjual tapi saya menjualnya kalau sudah terkumpul samapi 10 kiloan
 - c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?
Jawab : pohonnya disekitar rumah
 - d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?
Jawab :saya menjual langsung ke pak wanto
 - e. Bagaimana bentuk pembayaran pmbeli produk anda?
Jawab : tunai
3. Karakteristik dan jumlah pelanggan
- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?
Jawab : ke pengepul
 - b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?
Jawab : saya selalu menjual kepengepul
4. Alasan menggunakan saluran
- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?
Jawab : sudah biasa dijual disitu ke pengepul

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah biasa menjual kesitu

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jaawab : harga tinggal mengikuti mbak

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : meningkatkan kualitas

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : Datang sendiri kepengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab: Di bawa sendiri samapi ke kepengepul

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya yang dibutuhkan yaitu untuk memneuhi kayu bakar

- b. Baiiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : plastik biasanya diberi dari pengepul

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : haraga saat ini 17.000 saya tinggal mengikuti saja

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : biasanya kalo diecer bisa mencapai 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : ya tergantung kalo sedang banyak harga gula naik ya lumayan buat memenuhi kebutuhan sehari-hari

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : tidak pasti mbak, biasanya sehari 3 kg kadang 17.000

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : ya di pas paskan saja

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : proses pembuatan yang lama

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : ya harga gula kelapa cetak dan gula semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : ya hasil yang tidak menentu tergantung cuaca

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Angini
 Jenis Kelamin : perempuan
 TTL : 50 tahun
 Tingkat Pendidikan : tidak sekolah
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 09.00
 Lokasi Wawancara : RT 3/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 2 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : menggunakan bahan alami
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : untuk saat ini biasanya harganya 17.000 biasanya
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : saya yang membuat da nada yang menderes maro
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk mengganti peralatan yang rusak
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : dulu pernah mendapat bantuan peralatan dari pemerintah
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
Jawab : ya menggunakan manual seperti ayakan

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : biasanya untuk membeli kayu bakar

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 10 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : maro

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : seminggu bisa 10-13 kilo tergantung cuaca

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua dijual 10-13 kg

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : jalan di sekitar rumah saja pohonnya

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang menjual ke pengepul

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : biasanya ke pengepul pak Wanto kadang kepasar sinduraja

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap

Jawab : ada pengepul pak wanto

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah biasa menjual ke sana

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah pasti diterima

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : ikut pengepul

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : menjaga kealamiahannya gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : datang sendiri

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : dari pengepulnya kita hanya datang ke pengepul

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : kayu bakar, mengganti peralatan yang rusak

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : biasanya plastik kemasan gula

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti harga pasaran dari sana

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : biasanya 18.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : ya tergantung hasil dan cuaca

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : perkilo 17.000 dalam satu minggu bisa 10-13 kg karena maro

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : keinginanya bisa lebih tinggi

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : harganya dan kualitas

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : harga gula kelapa cetak dan gula semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : tidak bisa menentukan harga

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Minarso

Jenis Kelamin : Laki-laki

TTL : 49 tahun

Tingkat Pendidikan : SD

Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/09.20

Lokasi Wawancara : RT 3/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?

Jawab : 4 Jam

b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?

Jawab : tidak menggunakan bahan kimia

c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?

Jawab : saya bisa memperoleh 5 kg per hari dengan harga 17.000 perkilo

d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?

Jawab : saya dan istri

e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?

Jawab : penambahan kayu bakar dan perbaikan peralatan

f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?

Jawab : pernah mendapat bantuan dari pemerintah seperti peralatan wajan arit, kompor dan tungku

- g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : menggunakan alat tradisional

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : paling penambahan untuk kayu bakar

- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 20 Pohon

- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : maro

- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : produksi dalam sehari bisa mencapai 5 kg tergantung cuaca

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : biasanya klo sudah lebih dari 10 kg di jual dua hari atau tiga hari sekali

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : kondisi jalan masih tanah

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : datang langsung ke pengepul

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : pengepul kadang pak roso kada pak wanto

- a. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : yaitu pengepul

4. Alasan menggunakan saluran

- b. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah langganan

- c. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah biasa di jual ditempat tersebut

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti saja harga dari pasaran

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : tetap menjaga kualitas gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : kalo dari saya menjual langsung ke pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya membawa sendiri ke pengepul dari pengepul biasanya diambil langsung dari pedagang besarnya

6. Biaya pemasran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya pemasaran si tidak paling untuk penambahan kayu bakar.

- b. Baiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : palstik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti dari pengepul

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : sepertiya kalau diecer bisa mencapai 20.000

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : kalau menurut saya lebih baik dinaikan semisal menjadi 20.000 biar seimbang dengan rasa lelehnya

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : perhari bisa mencapai 5 kg dan untuk saat ini harga sedang 17.000 ya rata- rata 1.000.000

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kalau bisa si dinaikan missal jadi 20.000 seperti itu

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : sangat tergantung dengan cuaca

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab: harga yang sekarang selisihnya hanya beberapa anantara gula kelapa cetak dan gula semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : kedalanya proses pembuatan dan harga

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Sujiah
 Jenis Kelamin : Perempuan
 TTL : 60 Tahun
 Tingkat Pendidikan : Tidak Sekolah
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 09.40
 Lokasi Wawancara : RT 3/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 3-4 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : tanpa bahan kimia
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : sehari dapat 2 kilo harga sekarang 17.000
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2 orang saya dan suami
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk membeli kayu bakar 350.000 permobil
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : modal sendiri, belum pernah dapat bantuan peralatan
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
Jawab : alat manual

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk membeli kayu bakar 350.000 satu mobil

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 5 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak Ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : perhari bisa mencapai 2-2,5 kg

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua terjual

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : jalan kaki dikarenakan didekat pekarangan rumah

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang sendiri ke pemebeli

e. Bagaimana bentuk pembayaran pmbeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : kadang ke pengepul pak wanto dan kadang ke pasar Sinduraja

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya yaitu pengepul

4. Alasan menggunkan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : jika kepengpul tidak terlalu jauh, kalau dipasar bisa tawar menawar harga

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : dekat dan sudah biasa

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti harga pasaran

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : menjaga kealamiahannya gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : datang sendiri ke pedagang

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : datang sendiri kalo kepasar baru modal bensin

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : untuk biaya bahan bakar

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : biaya plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti harga pasaran

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : lebih dari 17.000 biasanya kalo dieceran bisa mencapai 20.000

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : belum

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : perhari 2 kg dengan harga saat ini 17.000 kurang lebih 1.000.000 kotor

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum apalagi untuk saat ini harga gula kelapa cetak tidak berselisih banyak dengan gula semut

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : terganggu musim

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : selisih harga gula kelapa cetak dan gula semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : hanya bisa mengikuti harga saja

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Basirun
Jenis Kelamin : Laki-laki
TTL : 70 tahun
Tingkat Pendidikan : SD
Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 10.00
Lokasi Wawancara : RT 3/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

- a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 4 jam
- b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : menggunakan bahan alami
- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : 3-4 kg
- d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : dua
- e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk mengganti peralatan
- f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : dulu pernah mendapat bantuan wajan
- g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : manual

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk membeli kayu bakar 10.000 per gulung tapi lebih sering mencari sendiri

- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 15 Pohon

- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : maro

- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : perhari bisa mencapai tiga kilo

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : menjualnya ketika sudah mencapai 10 kg

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : di dekat rumah saja

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : datang sendiri ke pedagang pengepul

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : kadang ke pengepul pak wanto kadang ke pak roso

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : pengepul tersebut

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah langganan

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah biasa

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti harga pasaran saja

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : tetap menjaga kualitas

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya datang sendiri ke pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya sendiri

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : itu bahanya dari alam paling untuk kayu bakar

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : biasanya plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti harga pasaran saja

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : yang saya tahu bisa 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : belum

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : rugi

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : 3 kg perhari dengan harga 17.000

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : hasil nira yang tergantung musim

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : harga gula cetak yang sekarang tidak beds jauh

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : susah dibuat kalau gula semut

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Sohibi
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : 60 tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 10.20
 Lokasi Wawancara : RT 3/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 3 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : tanpa bahan kimia
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : Sehari bisa dapat satu kilo
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : dua
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : tinggal mengelola mbak pohon sudah ada paling untuk memberi peralatan
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : pernah mendapat bantuan dari pemerintah berupa peralatan membuat gula

g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : alat manual

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : paling untuk membeli brangkal

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 4 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : Sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : perhari bisa mencapai satu kilo

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua terjual

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : disekitar rumah saja

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang ke tempat pengepul

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : langsung ke pengepul pak roso

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : pak roso

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah biasa menjual ke tempat itu

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : tidak mematok mengikuti saja

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : menjaga keaslian gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya datang sendiri ketempat pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya sendiri

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya brangkal mbk

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : Plastik diberi dari sana jika menjualnya mencapai 10 kg

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : saya tidak mematok harga mengikuti saja harga pasaran

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : sekitar 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : ya cukup

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : perhari 1 kg dengan harga 17.000an tergantung hasil dan kualitas nira

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : sudah pas

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : proses pembuatan yang lama membutuhkan ketelatenan

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : tidak palingdengan gula cetak

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses pembuatan yang lama dan agak ribet disbanding cetak

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Kodirin
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : 40 Tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/10.45
 Lokasi Wawancara : RT 4/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 2 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : tidak pakai bahan kimia
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : dapat 5 kg perhari denga harga saat ini 17.000
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk membeli peralatan saja
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : eprnah mendapat bantuan berupa wajan, soled, irig, batok, gayung dan arit.
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : alat manual belum pake mesin

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk perbaikan perlatan saja

- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 8 Pohon

- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : perhari bisa mencapai 5 kg kalau cuaca sedang baik

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : saya menjualnya kadang dua hari sekali semua terjual

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : di sekitaran rumah saja mbak

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang ke pengepul

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : pengepul pak roso

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah biasa menjual ketempat itu jadi tidak enak kalo menjual ketempat lain

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : harga ditentukan dari sana

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : menjaga agar gula tetap bagus

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya sendiri

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya membawa sendiri ke tempat pengepul

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : tidak ada

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : kantong plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : saya tidak mematok harga karena harga sudah ditentukan dari sana

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : biasanya kalau eceran bisa mencapai 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : belum karena proses yang lama

9. Total penerimaan

a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : rata-rata 5 kg dengan harga 16.500an

b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum sesuai

10. Kendala dalam penjualan

a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : proses yang lama

b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula cetak

c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : harga belum menguntungkan dibanding proses yang lama

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Mahduri
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : 58 tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 11.000
 Lokasi Wawancara : RT 4/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 6 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : bahanya alami
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : denagn tiap hari mencapai 4 kg dan harga 17.000 perkilonya
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk membeli peralatan brangkal dan lain -lain
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : modal sendiri saya belum pernah mendapat bantuan
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
Jawab : alat manual

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : ada untuk brrangkal

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 12 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : sehari mencapai 4 kg

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : selalu terjual tapi saya menjualnya ketika sudah mencapai sepuluh kilo

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : di sekitaran rumah saja

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang kepengepul untuk menjualnya

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : ke pengepul saja

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap

Jawab : punya

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : saya sudah biasa menjual ke tempat pengepul jadi tidak perlu mencari cari tempat lagi

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah berlangganan disitu

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : harga sudah ditentukan dari sana mbk

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : keaslian produk

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : Saya datang untuk menjual sendiri ke pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya sendiri

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : peralatan dan brangkal

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : kantong plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti saja harga yang sudah ditentukan

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : bisa mencapai 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : untung karena harga lebih mahal dari kelapa cetak

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : tidak pasti mbk dengan haraga 17.000 per kilo dengan produksi perhari 4 kilo

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harpakan?

Jawab : sesuai tapi kalau bisa lebih tinggi biar agak tinggi selisihnya

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : kendala bahan baku yang tidak selalu banyak dan bagus tergantung cuaca

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : ada gula cetak

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses yang lebih lama dalam memproduksi

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Sobihi

Jenis Kelamin : Laki-laki

TTL : 50 tahun

Tingkat Pendidikan : SMP

Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 12.45

Lokasi Wawancara : RT 1/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

- a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 6 jam
- b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : tanpa bahan kimia
- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : sehari 3 kg dengan harga 17.000
- d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
- e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk peralatan
- f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : modal sendiri
- g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : menggunakan alat sederhana masih manual

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk alat dan brangkalnya

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 11 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : 3 kg

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : saya menjualnya ketika sudah 10 kiloan

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : pohon yang didekat rumah saja mbak

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang sendiri ke pengepul

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : kepengepul saja pak roso

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah biasa menjual ke situ mbak

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah beralangganan jadi lebih enak menjual kesitu

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti harga pasaran saja

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : menjaga kualitas gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya datang sendiri ke tempat pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya sendiri

6. Biaya pemasran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya untuk brangkal dan peralatan saja mbak

- b. Baiiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : bungkus biasanya dari pengepul

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : saya mengikuti saja mbak

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : sepertinya 20.000am kalau di ecer

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : kurang menguntungkan karena prosesnya juga lebih lama

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : dengan harga 17.000 per kilo dan hasil saya 3 kilo perhari kurang lebih 1.000.000 dapat

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum sesuai

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : proses yang sangat lama dalam pembuatan

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula cetak

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : bahan baku yang tidak pasti

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Parsini
 Jenis Kelamin : Perempuan
 TTL : 60 Tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 13.00
 Lokasi Wawancara : RT 4/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 5 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : alami
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : 1-3 kilo
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : modal untuk peralatan pas awal dan brangkal
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : sendiri tapi pernah endapat bantuan peralatan dari pemerintah
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
Jawab : alat manual

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : kayu bakar pergulung 10.000

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 15 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak mencatat

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : 1-3 kilo

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua terjual mbak

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : disekitaran rumah aja mbak

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang sendiri ke pengepul

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : kalau gula semut ke pak roso kalo cetak ke bu jiah

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : pengepul mbak

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah biasa menjual ke pengepul

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan jadi lebih enak

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti dari sana mbak

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : kualitasnya tidak boleh pake bahan kimia

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya sendiri datang langsung ke pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya sendiri

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : kayu bakar mbak per gulung 10.000

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti saja dari sana yang menentukan

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : 20.000 biasanya kalau eceran

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : ya pas mbak

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : dengan harga 17.000 dan mendapat kuraang lebih 1-3 kilo perhari paling satu 1.000.000an kotor

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kurang sesuai

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : kendala bahan baku yang tergantung cuaca

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula cetak

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses yang lama tetapi hargnya tidak seilisih jauh dengan yang cetak

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Warisi
 Jenis Kelamin : Perempuan
 TTL : 50 tahun
 Tingkat Pendidikan : SMP
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/13.00
 Lokasi Wawancara : RT4/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 4 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : alami
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : 5 kilo sehari harganya 17.000an kurang lebih 1.000.000 kotor
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : dua
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk awal modal peralatan, kayu bakar yang kadang saya beli pergulungnya 10.000-12.000 ribu
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : uang pribadi mbak
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : ya seperti biasanya alat manual mbak

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : tidak pasti mbak banyak sedikit kayu bakar tergantung hasil niranya

- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 20 Pohon

- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : maro

- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : perhari bisa mendapat 5 kg

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua terjual

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : tidak menggunakan angkutan karena masih disekitaran rumah

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang sendiri ke pengepul

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : saya menjual ke pengepul saja mbak

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : yang sudah pasti mbak

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah menjadi langganan

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : harga sudah ditentukan dari sana mbak

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : tetap menjaga kualitas produk

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya sendiri

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya sendiri

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya untuk tambahan kayu bakar

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : dari saya tinggal mengikuti saja

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kurang lebih 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : lebih lumayan

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : 17.000 dengan perhari kurang lebih 5 kilo bisa memperoleh 1.500.000 kotor

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : untuk bahan baku yang tergantung oleh alam

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula cetak

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses yang lebih lama

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Padianto

Jenis Kelamin : Laki-laki

TTL : 70 tahun

Tingkat Pendidikan : SD

Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/13.30

Lokasi Wawancara : RT 4/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

- a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?

Jawab : setengah hari (6 jam)

- b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?

Jawab : masih alami

- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?

Jawab : dengan harga gula 15.000-17.000 ribu dengan perhari kurang lebih dapat 2 kilo

- d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?

Jawab : dua

- e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?

Jawab : modal untuk peralatan awal

- f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?

Jawab : sendiri

- g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : menggunakan alat manual

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk membeli brangkal

- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 20 Pohon

- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak menggunakan

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : 2 kilo ya dapat mbak sehari

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : saya menjualnya kalau sudah banyak kurang lebih ketika terkumpul 10 kiloan

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : didekat sini saja mbak

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya mendatangi pengepul

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : di pengepul pak roso

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : pengepul

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah biasa menjual ke sana mbak

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti ketentuan harga dari sana

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk?

Jawab : menjaga kealamiahannya gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya datang sendiri ke tempat pengepul

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : biaya peralatan dan brangkal

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : biaya plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti pasaran saja mbak

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : eceran biasanya 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : belum sesuai

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : 1.000.000an mbk

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : bahan baku yang mulai langka

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula serupa

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses yang lama untuk membuatnya

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Suyatno

Jenis Kelamin : Laki-laki

TTL : 60 tahun

Tingkat Pendidikan : SD

Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/14.00

Lokasi Wawancara : RT 5/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan

- a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?

Jawab : 6 jam

- b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?

Jawab : alami

- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?

Jawab : perhari bisa dapat lebih dari 1 kilo dengan harga saat ini 17.000

- d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?

Jawab : 2

- e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?

Jawab : modal awal untuk beli peralatan

- f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?

Jawab : modal sendiri

- g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : menggunakan alat tradisional

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk beli brangkal

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 20 Pohon

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : sehari satu kilo bisa lebih

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua terjual

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : jalan kali disekitar sini saja mbak

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang ke pengepul

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : di pengepul saja mbak pak roso

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya mbak

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah dari dulu saya mnjual kesitu

b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan jadi lebih enak saja

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : harga dari sana mbak

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : mingkatkan jumlah dan kualitas produk

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya sendiri

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya

6. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : tidak

- b. Baiiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti harga pasaran

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kurang tau mbak yang pasti lebih dari 17.000

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : belum

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : belum

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : kurang lebih 700.000 dapat

b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum

10. Kendala dalam penjualan

a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : bahan yang susah menderes itu sulit

b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula cetak

c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses yang sangat panjang

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Bawono
Jenis Kelamin : Laki-laki
TTL : 54 tahun
Tingkat Pendidikan : SD
Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 14.00
Lokasi Wawancara : RT 3/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 5 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : bahan alami
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : dulu si bnyak sehari bisa sanapai 3 kilo kalo sekarang paling satu kiloan
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : untuk modal awal yaitu untuk beli peralatan
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : uang pribadi
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : manul mbak

h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : untuk brangkal seperti itu mbak

i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 4 Pohon sekarang dulu si banyak

j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

2. Sifat pembeli atau penjualan

a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : sekarang baru mulai lagi ya masih sedikit paling satu kilo

b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab harga sekarang 17.000 sehari bisa dapat 1 kilo mbak

c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : tidak jauh mbak dibelakang rumah saja

d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : saya datang sendiri

e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : ke pengepul saja mbak

b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : pengepul mbak

4. Alasan menggunakan saluran

a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah dari dulu mbak

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan menjual ke pengepul langsung

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : kalau harga dari sana yang memberi mbak

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : ya menjaga kualitas biar harganya tidak rendah

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya sendiri

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya

6. Biaya pemasran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : kayu bakar mbak biasanya saya beli 70.000an

- b. Baiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : plastik untuk yang menjual banyak

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : harga sudah ditentukan

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kurang tau mbak

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : ya untuk saat ini belum

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : ya 700.000an sepertinya kalau mulai lagi dari awal

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : dengan harga gula cetak yang tidak beda jauh saat ini ya belum mbak

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : pohon kelapa itu hasilnya tergantung cuaca mbak jadi tidak pasti

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : harga

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : kendala dalam pembuatan proses yang lebih lama dibanding gula cetak

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Mujirin
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : 60 Tahun
 Tingkat Pendidikan : SD
 Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 14.45
 Lokasi Wawancara : RT 4/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 5 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : rasanya dan kealamiahannya
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : 2 kilo perhari mabk dengan harga 17.000an
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : modal awal untuk peralatan dan kayu bakar 100.000 ribu perkibik
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : modal sendiri
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?

Jawab : menggunakan alat tradisional mbak

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?

Jawab : 100.000 untuk kayu bakar perkibik

- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?

Jawab : 6 Pohon

- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?

Jawab : milik sendiri

- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : tidak ada

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?

Jawab : sehari 2 kilo tergantung musim mbak

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?

Jawab : semua terjual

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : di sekitar rumah saja

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar? grosir/ecer?

Jawab : datang sendiri ke pengepul

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : Tunai

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : ke pengepul saja mbak

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?

Jawab : sudah lama mbak jual kesitu

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : sudah langganan jadi kalau menjual ke yang lain tidak enak

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : harga sudah ditentukan mbak dari sana

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : menjaga keslian gula

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : saya sendiri

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : saya

6. Biaya pemasran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : kayu bakar

- b. Baiiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : mengikuti harga pasaran

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab biasanya kalau eceran mencapai 20.000an

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : cukup

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : kuang lebih 1.000.000

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : belum sesuai

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : tergantung musim mbak

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : gula cetak

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : proses lama harga yang sekarang tidak terlalu beda dengan gula cetak

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Kaligondang

Narasumber : Produsen/petani

Nama : Suroso
Jenis Kelamin : Laki-laki
TTL : 50 tahun
Tingkat Pendidikan : SMP
Tanggal/Waktu Wawancara : 22 Mei 2020/ 15.00
Lokasi Wawancara : RT 5/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses produksi dan penjualan
 - a. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk produksi gula semut?
Jawab : 2-3 jam
 - b. Apakah keunggulan produk anda dibandingkan dengan produk sejenis?
Jawab : tanpa bahan kimia
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : 500.000an untuk hasil produksinya saja
 - d. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda pekerjakan?
Jawab : 2
 - e. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : modal peralatan dan laru
 - f. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : modal sendiri
 - g. Apakah proses produksi menggunakan alat/mesin?
Jawab : masih manual

- h. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk produksi?
Jawab : laru saja mbak saya kayu bakar nyari sendiri
- i. Berapa jumlah pohon yang dikelola?
Jawab : 4 Pohon
- j. Sistem pengelolaan pohon yang digunakan ?
Jawab : milik sendiri
- k. Pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?
Jawab : tidak mbak

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah produksi dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu produksi meningkat?
Jawab : sehari satu kilo
- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan?
Jawab : semua terjual
- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?
Jawab : didekat rumah saja
- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?
Jawab : saya jual sendiri nanti dari pedagang besar mengambil ke sini mbak kadang saya juga ecer
- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?
Jawab : kadang tunai kadang transver

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?
Jawab : dulu saya ecer dan pedagang besar
- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?
Jawab : punya

4. Alasan menggunakan saluran

- a. Mengapa anda memilih saluran pemasaran ini?
Jawab : karena sudah kenal baik

- b. Apa saja keunggulan menggunakan saluran pemasaran ini dibanding saluran pemasaran lainnya?

Jawab : saya tidak perlu mengantar kesan sudah diambil sendiri dari pedagang besar

5. Fungsi pertukaran (pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : sudah ditentukan kadang juga nawar mbak

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : tetap menjaga kualitas produk

- c. Siapakah yang mengangkut barang dari produsen ke penyalur atau konsumen?

Jawab : pedagang besar

- d. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari produsen ke konsumen?

Jawab : dari sana

6. Biaya pemasran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : laru

- b. Baiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : bensin dan plastik

7. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : sekarang 17.000 dan sekslian jadi pengepul eceran 20.000 atau 22.000 tergantung harga pasaran mbak

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : eceran ya 20.000 lebih

8. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : kurang sesuai

- b. Apakah anda merasa untung memproduksi gula semut?

Jawab : lebih untung dibanding hanya membuat gula cetak saja

9. Total penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : 500.000an dapat mbak

- b. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kalau bisa naik si berharap lebih mahal

10. Kendala dalam penjualan

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : penginyanya lebih instan

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha lain dengan produk yang sama?

Jawab : persaingan harga antara cetak dan semut

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : generasi muda yang sudah mulai jarang dan bahan baku yang tergantung musiman.

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Narasumber : Penyalur

Nama : Suwanto
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : 12 April 1965 (55 Tahun)
 Tingkat Pendidikan : SMA
 Tanggal/waktu Wawancara : 20 Mei 2020/ 09.00
 Lokasi Wawancara : Balai desa dan rumah RW 4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses pembelian dan penjualan

- a. Dari mana anda membeli produksi gula semut?

Jawab: saya membeli dari petani gula langsung ada Ibu sutirah, Suwati, Nasini, Angini kadang-kadang ibu sujiah, Basirun, Sobihi, Yatno, Mujirin, Bawono

- b. Apa kriteria anda dalam memilih produsen untuk membeli produk?

Jawab : Kualitas produksi kering tiding mengandung sulfit

- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?

Jawab : kurang lebih 4.000.000an tergantung hasil gula yang diperoleh

- d. Berapa modal yang harus dikeluarkan?

Jawab : modal yang dikeluarkan berdasarkan gula semut yang diperoleh

- e. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?

Jawab : Sumber modal sendiri

- f. Manajemen/pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : kuwitansi

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah pembelian dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu pembelian ke produsen meningkat?

Jawab : Kami menjual dalam waktu dua minggu mencapai 2,5 kwintal awalnya bisa mencapai setengah ton tapi karena terkena musim kemarau yang sangat panjang jadi produksi menurun

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan? Apakah ada waktu tertentu penjualan meningkat?

Jawab : waktu penjualan meningkat ketika musim sedang bagus produk dari masyarakat juga meningkat

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : kondisi jalan seperti ini tapi produk kami banyak dicari karena benar benar gula asli dan supply gula dari lokal saja masih sangat kurang jadi kebanyakan mengambil dari sini.

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : kami membeli produk dari petani petani datang sendiri

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai melalui transfer biasanya

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : dulu pernah bekerjasama dengan Koperasi Nira Perwira Candinata untuk sekarang hanya adengan CV Permata Satria saja.

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab punya

4. Fungsi pertukaran (Pembelian, Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : untuk harga jual kami mengikuti dari pedagang besar yaitu CV permata satria

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : untuk meningkatkan pemasaran suatu produk gula kami pernah mengikuti pagelaran pasar murah yang diadakan oleh pemerintah Kabupten Purbalingga

- c. Apakah ada promosi/iklan untuk meningkatkan jumlah penjualan?

Jawab : kegiatan pameran pasar produk UMKM yang digelar oleh Pemerintah Kabupaten Purbalingga

- d. Apakah anda menjual produk dengan kemasan yang sama seperti produsen atau dikemas diubah atau dikemas ulang?

Jawab : untuk kemasan tetap sama paling kami menimbang ulang agar setiap plastik sama beratnya.

- e. Siapakah yang mengangkut barang dari penyalur ke penyalur lainnya atau konsumen?

Jawab : untuk gula semut ini diambil langsung oleh CV Permata Satria

- f. Apakah anda memiliki alat transportasi untuk menunjang usaha anda?

Jawab : tidak

- g. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari penyalur ke penyalur lainnya atau ke konsumen?

Jawab : dari sana CV Permata Satria

- h. Apabila dalam pengangkutan tersebut ada masalah siapa yang bertanggung jawab atas hal tersebut?

Jawab : CV permata Satria

5. Biaya pemasran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : penyusutan gula jika dikeringkan dengan open maka dari itu biar disusutkan dengan matahari kami menjual dalam kedaan belum dikeringkan

- b. Baiiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : dari saya paling plastic jika tidak diberi dari pedagang besar

6. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : untuk gula kami mengikuti harga pasaran dan harga dari sana yang menentukan

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kurang lebih bisa mencapai 40.000 untuk lokal saja

7. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kalau dipikir-pikir kurang sesuai karena antara harga gula semut dengan harga gula cetak sekarang tidak selisih banyak dulu pernah selisih samapai 5.000 untuk sekarang belum

- b. Apakah anda merasa untung sebagai penyalur produksi gula semut?

Jawab : untung-ya untung saja tapi dari kami tidak mengambil harga terlalu jauh paling seribu rupiah dan seberapapun harganya kami tetap mengambil seribu saja karena kasihan dengan para petani gula

8. Total Penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : kurang lebih berkisar dari 3.000.000-4.000.000an

- b. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : untuk biaya pemasaran sepertinya sisesuai

9. Kendala dalam penjualan/pembelian

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : sedikitnya produksi gula semut saat ini karena kebanyakan orang lebih memilih merantau.

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha/penyalur lain untuk memperoleh produk gula semut?

Jawab : persaingan antara harga gula semut dan gula cetak adanya ravinansi yang merusak harga pasar mungkin jika pemerintah tidak memudahkan ravinansi peminat penderes tidak menurun.

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : kendalanya begitu banyak hal yang terjadi tidak sesuai dengan realita semakin sedikitnya masyarakat yang minat dengan membuat

produksi gula semut karena mereka merasa kurang sejahteranya kehidupan sebagai penderes. Mulai sedikitnya generasi muda yang meneruskan sebagai penderes. Persaingan pasar yang sangat kuat antara cetak dan semut. Dan karena sedikitnya penderes saat ini membuat sulplay lokal menjadi kurang sehingga kami memenuhi kebutuhan lokal terlebih dahulu.

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Narasumber : Penyalur

Nama : Suroso
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : 5 mei 1970 (50 tahun)
 Tingkat Pendidikan : SMP
 Tanggal/waktu Wawancara : 21 Mei 2020/15.00
 Lokasi Wawancara : RT 5/4

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses pembelian dan penjualan

- a. Dari mana anda membeli produksi gula semut?

Jawab : Biasanya yang menjual gula semut ke saya ada padianto, parsini, mahduri, kodirin, sohibi, minarso

- b. Apa kriteria anda dalam memilih produsen untuk membeli produk?

Jawab : asalakan gulanya kering kami pasti beli

- c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?

Jawab : kurang lebih 4.000.000an dapat sebulan tapi kotor

- d. Berapa modal yang harus dikeluarkan?

Jawab : modal yang saya keluarkan ya sesuai dengan jumlah barang yang nanti dibeli

- e. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?

Jawab : sendiri dulu si pernah mendapat pinjaman modal dari dinas tapi saya rasa itu berat nantinya

- f. Manjamen/pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?

Jawab : kuwitansi biasa

2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah pembelian dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu pembelian ke produsen meningkat?

Dalam dalam waktu dua minggu bisa mencapai 5 kwintal tapi sekarang merosost paling 2,5 kwintal saja karena musim kemarau panjang, minat masyarakat mulai menurun karena harga yang tidak selisih banyak dengan gula cetak

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan? Apakah ada waktu tertentu penjualan meningkat?

Jawab : semua terjual

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : kalau dipikir si kurang memadai tapi karena produknya sudah terkenal jadi banyak yang mencari kesini

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : petani gula datang sendiri untuk pembeli biasanya minta diantar untuk eceeran tetapi dari pedagang besar mereka datang sendiri

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : kalau eceran tunai kalau dari pedagang besar biasanya ditranser

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab : dulu kelompok tani legen tirta pernah bekerja sama dengan koperasi nira perwira untuk saat ini hanya bekerja sama dengan CV permata satria saja karena bahan baku yang kami miliki tidak pasti jadi kami tidak berani untuk menyanggupi permintaan kerjasama

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab : punya

4. Fungsi pertukaran (Pembelian. Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : untuk harga jual ditentukan oleh pedagang besar yaitu CV permata satria

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : dulu dari desa penah dijadikan produk unggulan dan dari pemerintah kabupaten purbalingga juga pernah mengadakan pasar murah guna menjang dan memepkenalkan produk gula semut tetapi kami punya kendala belum mempunyai PIRT sendiri

- c. Apakah ada promosi/iklan untuk meningtkkan jumlah penjualan?

Jawab : pernah diadakan pasar murah oleh pemerintah Kabupaten Purbalingga

- d. Apakah anda menjual produk dengan kemasan yang sama seperti produsen atau dikemas diubah atau dikemas ualng?

Jawab : palastik sama karena petani diberi dari kami tapi dari kami juga menyampurkan kembali produk gula karena tidak semua warna gula yang dihasilkan petani sama soalnya dengan kualitas warna yang berbeda nanti akan memepengaruhi harga ditingkat pedagang besar

- e. Siapakah yang mengangkut barang dari penyalur ke penyalur lainnya atau konsumen?

Jawab : produk kami diangkut langsung oleh pedagang besar yaitu CV Permata Satria

- f. Apakah anda memiliki alat transportasi untuk menunjang usaha anda?

Jawab : tidak

- g. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari penyalur ke penyalur lainnya atau ke konsumen?

Jawab : untuk saat ini saya kelompok tani legen tirta hanya melakukan kerjasama dengan CV Permata satria sehingga yang menanggung biaya angkut langsung dari sana

- h. Apabila dalam pengangkutan tersebut ada masalah siapa yang bertanggung jawab atas hal tersebut?

Jawab : dari pengangkut

5. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : jika saya menjual eceran saya mengeluarkan biaya untuk membeli plastik, tetapi kalo menjual k pedagang besar plastic biasanya diberi dari sana karena takaran yang berbeda biasanya dalam satu palastik muat 14-15 kg

- b. Baiaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : kalo darisaya paling plastic untuk mengemas, tetapi jika dari pedagang besar yaitu dari perizinan , sertifikasi kelapa dan gula organik, angkutan.

6. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : untuk harga eceran biasanya kami jual 20.000an untuk saat ini bisa 20.000-23.000 tetai jika tidakdi ecer kami hanya mengikuti saja dari pedagangang besar yang mentukan keculai harga terlalu jatuh kami baru menawar

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kurang lebih bisa mencapai 40.000an untuk wilayah lokal kalau ekspor bisa lebih dari itu

7. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kalau bisa dari pedagang besar juga menaikkan karena dengan harapan saya bisa memberikan harga yang sesuai untuk menyejahterakan para petani gula. Karena saya merasakan sendiri hidup sebagai petani gula hidupnya sangat sulit apalagi posisinya tidak bisa menawar kita tinggal mengikuti saja.

- b. Apakah anda merasa untung sebagai penyalur produksi gula semut?

Jawab :walaupun sedikit-sedikit saya tetap merasa untung

8. Total Penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Rata-rata penerimaan dalam satu bulan kurang lebih 3.000.000 sampai 4.000.000 tergantung hasil produksi gula

- b. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : untuk biaya pemasarannya sesuai

9. Kendala dalam penjualan/pembelian

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : kendala yang dihadapi bahan baku yang sangat tergantung oleh alam yaitu mengikuti cuaca, banyaknya pembuat gula semut kemudian beralih ke cetak lagi karena adanya jeratan hutang dengan pengpul gula cetak sehingga membuat hasil dari produksi gula semut menurun dan kami tidak berani menerima jakan kerjasama dari berbagai pihak

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha/penyalur lain untuk memperoleh produk gula semut?

Jawab : persaingan tentu saja ada yaitu persaingan harga antara gula semut dengan gula cetak yang saat ini tidak terlalu jauh selisihnya paling selisih 1.000 atau 2.000

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : kendala yang kami hadapi tidak memiliki surat izin produksi jadi kami tidak berani memasarkan produk sendiri.

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Narasumber : Penyalur

Nama : Nisa (Devisi Ekspor & Lapangan CV Permata)

Jenis Kelamin : Perempuan

TTL : 27 Tahun

Tingkat Pendidikan : Sarjana

Tanggal/waktu Wawancara : 20 Mei 2020/ 09.00

Lokasi Wawancara : RW 4 Desa Selakambang

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses pembelian dan penjualan
 - a. Dari mana anda membeli produksi gula semut?
Jawab: Banyak mbak tapi saya bagian mengambil yang didaerah selakambang ini.
 - b. Apa kriteria anda dalam memilih produsen untuk membeli produk?
Jawab : Kualitas produksi kering tidak mengandung sulfite
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : banyak mbk
 - d. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : modal untuk pemasaran pengolahan ulang
 - e. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : Sumber modal sendiri
 - f. Manajemen/pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?
Jawab : ada stau saya hampir semuanya ada
2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah pembelian dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu pembelian ke produsen meningkat?

Jawab : Kalau membeli dari kelompok tani Legen Tirta biasanya dalam waktu dua minggu mencapai 2,5 kwintal awalnya bisa mencapai setengah ton tapi karena terkena musim kemarau yang sangat panjang jadi produksi menurun untuk satu pengepul kalo dalam satu kelompok tani ini bisa mencapai 1 ton.

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan? Apakah ada waktu tertentu penjualan meningkat?

Jawab : banyak kalo lokal tidak pasti tergantung orderan tapi kalo luar negeri sangat banyak bisa berton-ton.

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : kondisi jalan seperti ini saya mengambil dari kelompok atau petani desa-desa

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : kami membeli produk dari petani. Untuk pembeli kalo lokal menunggu orderan dan ongkos kirim ditanggung sendiri jika belinya eceran.

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai dan kebanyakan melalui transfer biasanya

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab :Dalam Negeri kami biasanya jual di Jawa dan Bali, Untuk Luar Negeri Seringnya dijual ke Jerman, Belanda, Amerika, Australia, Taiwan Dubai.

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab punya

4. Fungsi pertukaran (Pembelian, Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti pasaran

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : untuk meningkatkan pemasaran suatu produk gula kami memiliki sertifikasi

- c. Apakah ada promosi/iklan untuk meningkatkan jumlah penjualan?

Jawab : ada

- d. Apakah anda menjual produk dengan kemasan yang sama seperti produsen atau dikemas diubah atau dikemas ulang?

Jawab : beda kemas ulang iya

- e. Siapakah yang mengangkut barang dari penyalur ke penyalur lainnya atau konsumen?

Jawab : untuk lokal kami jual orderan sendiri jika ada pesanan saja

- f. Apakah anda memiliki alat transportasi untuk menunjang usaha anda?

Jawab : ada

- g. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari penyalur ke penyalur lainnya atau ke konsumen?

Jawab : ya kita mengira perkilonya bisa 10.000 untuk keluar negeri kalau lokal biaya angkut di tanggung pembeli jika sedikit

- h. Apabila dalam pengangkutan tersebut ada masalah siapa yang bertanggung jawab atas hal tersebut?

Jawab : biasanya dari kita

5. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : penyusutan gula jika dikeringkan dan pengemasan.

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : ongkos kirim

6. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : untuk lokal sekitar 30.000 dan luar 35.000-40.000

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kami jual langsung kekonsumen

7. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kami rasa menguntungkan

- b. Apakah anda merasa untung sebagai penyalur produksi gula semut?

Jawab : untung

8. Total Penerimaan

- a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : banyak mbk

- b. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : Sesuai

9. Kendala dalam penjualan/pembelian

- a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : adanya pembatalan order

- b. Apakah ada persaingan antara pengusaha/penyalur lain untuk memperoleh produk gula semut?

Jawab : persaingan tentunya ada mbk kita mengambil juga harus bernai menawar harga

- c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : perizinan

Pedoman Wawancara

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Narasumber : Penyalur

Nama : Irmawati (CV Permata)

Jenis Kelamin : Perempuan

TTL : 30 Tahun

Tingkat Pendidikan : Sarjana

Tanggal/waktu Wawancara : 20 Mei 2020/ 09.00

Lokasi Wawancara : RW 4 Desa Selakambang

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Proses pembelian dan penjualan
 - a. Dari mana anda membeli produksi gula semut?
Jawab: Banyak mbak tapi salah satunya bagian mengambil yang didaerah selakambang ini.
 - b. Apa kriteria anda dalam memilih produsen untuk membeli produk?
Jawab : Kualitas produksi kering tidak mengandung sulfit
 - c. Berapa omset yang dihasilkan dalam satu bulan?
Jawab : banyak mbk
 - d. Berapa modal yang harus dikeluarkan?
Jawab : modal untuk pemasaran pengolahan ulang
 - e. Sumber modal? Uang pribadi/pinjaman/lainnya?
Jawab : Sumber modal sendiri
 - f. Manajemen/pencatatan keuangan seperti apa yang anda lakukan?
Jawab : ada stau saya hampir semuanya ada
2. Sifat pembeli atau penjualan

- a. Berapa jumlah pembelian dalam sehari/seminggu/sebulan? Adakah waktu tertentu pembelian ke produsen meningkat?

Jawab : Kalau membeli dari kelompok tani Legen Tirta biasanya dalam bisa mencapai 1 ton.

- b. Berapa jumlah produk yang terjual dalam sehari/seminggu/sebulan? Apakah ada waktu tertentu penjualan meningkat?

Jawab : banyak kalo lokal tidak pasti tergantung orderan tapi kalo luar negri sangat banyak bisa berton-ton.

- c. Bagaimana kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha?

Jawab : kondisi jalan seperti ini saya mengambil dari kelompok atau petani desa-desa

- d. Bagaimana anda menjangkau pembeli? Apakah pembeli datang sendiri/diantar?grosir/ecer?

Jawab : kami membeli produk dari petani. Untuk pembeli kalo lokal menunggu orderan dan ongkos kirim ditanggung sendiri jika belinya eceran.

- e. Bagaimana bentuk pembayaran pembeli produk anda?

Jawab : tunai dan kebanyakan melalui transfer biasanya

3. Karakteristik dan jumlah pelanggan

- a. Dimana saja anda menjual produk anda ?

Jawab :Dalam Negeri kami biasanya jual di Jawa dan Bali, Untuk Luar Negeri Seringnya dijual ke Jerman, Belanda, Amerika, Australia, Taiwan Dubai.

- b. Apakah anda mempunyai pelanggan tetap?

Jawab punya

4. Fungsi pertukaran (Pembelian, Penjualan)

- a. Bagaimana anda membentuk harga jual ?

Jawab : mengikuti pasaran

- b. Upaya apakah yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : untuk meningkatkan pemasaran suatu produk gula kami memiliki sertifikasi

- c. Apakah ada promosi/iklan untuk meningkatkan jumlah penjualan?

Jawab : ada

- d. Apakah anda menjual produk dengan kemasan yang sama seperti produsen atau dikemas diubah atau dikemas ulang?

Jawab : beda kemas ulang iya

- e. Siapakah yang mengangkut barang dari penyalur ke penyalur lainnya atau konsumen?

Jawab : untuk lokal kami jual orderan sendiri jika ada pesanan saja

- f. Apakah anda memiliki alat transportasi untuk menunjang usaha anda?

Jawab : ada

- g. Siapakah yang menanggung biaya pengangkutan dari penyalur ke penyalur lainnya atau ke konsumen?

Jawab : ya kita mengira perkilonya bisa 10.000 untuk keluar negeri kalau lokal biaya angkut di tanggung pembeli jika sedikit

- h. Apabila dalam pengangkutan tersebut ada masalah siapa yang bertanggung jawab atas hal tersebut?

Jawab : biasanya dari kita

5. Biaya pemasaran

- a. Biaya apa saja yang anda keluarkan selama proses pemasaran produk?

Jawab : penyusutan gula jika dikeringkan dan pengemasan.

- b. Biaya apa saja yang ditanggung oleh penyalur/pembeli?

Jawab : ongkos kirim

6. Harga gula semut

- a. Berapa harga produk yang anda patok selama ini?

Jawab : untuk lokal sekitar 30.000 dan luar 35.000-40.000

- b. Berapa harga produk setelah ditangan penyalur?

Jawab : kami jual langsung kekonsumen

7. Keuntungan pemasaran

- a. Apakah harga produk sudah sesuai dengan yang anda harapkan?

Jawab : kami rasa menguntungkan

b. Apakah anda merasa untung sebagai penyalur produksi gula semut?

Jawab : untung

8. Total Penerimaan

a. Berapa rata-rata penerimaan total dari penjualan produk?

Jawab : banyak mbk

b. Apakah biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan anda?

Jawab : Sesuai

9. Kendala dalam penjualan/pembelian

a. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran?

Jawab : adanya pembatalan order

b. Apakah ada persaingan antara pengusaha/penyalur lain untuk memperoleh produk gula semut?

Jawab : persaingan tentunya ada mbk kita mengambil juga harus bernai menawar harga

c. Adakah kendala-kendala dalam meningkatkan pemasaran produk ?

Jawab : perizinan seperti saat ini pembuatan hak paten.

Lampiran 10 Hasil Observasi

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang

Hari/Tanggal : 22 Februari 2020

Tempat : Petani Minarso

Petunjuk

3. Amati seluruh proses kegiatan tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang
4. Beri tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai untuk aspek yang diamati.

Keterangan

1: Kurang Baik

2: Cukup

3: Baik

5: Sangat Baik

| No. | ASPEK YANG DIAMATI | NILAI | | | |
|-----|--|-------|---|---|----|
| | | KB | C | B | SB |
| 1. | Proses produksi dan penjualan | | | | |
| | a. Petani menggunakan kemasan menarik untuk produk yang dipasarkan | | ✓ | | |
| | b. Jumlah tenaga efisien sesuai dengan keadaan industry rumah tangga | | | ✓ | |
| | c. Proses produksi menggunakan mesin/alat | | ✓ | | |
| | d. Produsen menggunakan pencatatan keuangan | ✓ | | | |
| | Total Skor | 8 | | | |
| 2 | Sifat pembeli atau penjual | | | | |
| | a. Jumlah penjualan selalu meningkat | | ✓ | | |
| | b. Kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha | ✓ | | | |
| | c. Pembeli dapat menjangkau lokasi produksi | ✓ | | | |
| | Total Skor | 4 | | | |
| 3 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | | | | |
| | a. Petani memiliki pelanggan tetap | | | ✓ | |
| | b. Mempunyai berbagai macam cara penjualan untuk menjangkau pembeli | ✓ | | | |
| | Total Skor | 4 | | | |
| 4 | Fungsi Pertukaran | | | | |

| | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| | a. Harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan | ✓ | | | |
| | b. Inovasi untuk meningkatkan pemasaran produk | ✓ | | | |
| | c. Melakukan promosi/iklan | ✓ | | | |
| | d. Alat transportasi untuk menunjang usaha | ✓ | | | |
| | e. Tempat penyimpanan untuk persediaan barang dagang | ✓ | | | |
| | Total Skor | 5 | | | |
| 5 | Efisiensi pemasaran (total penerimaan) | | | | |
| | a. Biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan | | ✓ | | |
| | b. Penerimaan total sesuai dengan biaya-biaya/usaha yang dikeluarkan | | ✓ | | |
| | Total Skor | 4 | | | |
| 6 | Kendala dalam penjualan | | | | |
| | a. Persaingan antar usaha lain dengan produk yang sama | | ✓ | | |
| | b. Kekurangan modal | | ✓ | | |
| | c. Ketersediaan bahan baku | | | ✓ | |
| | Total Skor | 7 | | | |

PENSKORAN

Skor tertinggi : Jumlah butir x skor maksimal

Skor terendah : Jumlah butir x skor minimal

Jarak interval : Skor tertinggi-skor terendah

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang

Hari/Tanggal : 22 Februari 2020

Tempat : Petani Suroso

Petunjuk

5. Amati seluruh proses kegiatan tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang
6. Beri tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai untuk aspek yang diamati.

Keterangan

- 1: Kurang Baik
- 2: Cukup
- 3: Baik
- 5: Sangat Baik

| No. | ASPEK YANG DIAMATI | NILAI | | | |
|-----|--|-------|---|---|----|
| | | KB | C | B | SB |
| 1. | Proses produksi dan penjualan | | | | |
| | a. Petani menggunakan kemasan menarik untuk produk yang dipasarkan | | ✓ | | |
| | b. Jumlah tenaga efisien sesuai dengan keadaan industry rumah tangga | | | ✓ | |
| | c. Proses produksi menggunakan mesin/alat | | ✓ | | |
| | d. Produsen menggunakan pencatatan keuangan | ✓ | | | |
| | Total Skor | 8 | | | |
| 2 | Sifat pembeli atau penjual | | | | |
| | a. Jumlah penjualan selalu meningkat | | ✓ | | |
| | b. Kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha | | ✓ | | |
| | c. Pembeli dapat menjangkau lokasi produksi | ✓ | | | |
| | Total Skor | 5 | | | |
| 3 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | | | | |
| | a. Petani memiliki pelanggan tetap | | | ✓ | |
| | b. Mempunyai berbagai macam cara penjualan untuk menjangkau pembeli | | ✓ | | |
| | Total Skor | 5 | | | |
| 4 | Fungsi Pertukaran | | | | |
| | a. Harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan | | ✓ | | |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| | b. Inovasi untuk meningkatkan pemasaran produk | | ✓ | | |
| | c. Melakukan promosi/iklan | ✓ | | | |
| | d. Alat transportasi untuk menunjang usaha | ✓ | | | |
| | e. Tempat penyimpanan untuk persediaan barang dagang | ✓ | | | |
| | Total Skor | 7 | | | |
| 5 | Efisiensi pemasaran (total penerimaan) | | | | |
| | a. Biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan | | ✓ | | |
| | b. Penerimaan total sesuai dengan biaya-biaya/usaha yang dikeluarkan | | ✓ | | |
| | Total Skor | 4 | | | |
| 6 | Kendala dalam penjualan | | | | |
| | a. Persaingan antar usaha lain dengan produk yang sama | | ✓ | | |
| | b. Kekurangan modal | | ✓ | | |
| | c. Ketersediaan bahan baku | | ✓ | | |
| | Total Skor | 6 | | | |

PENSKORAN

Skor tertinggi : Jumlah butir x skor maksimal

Skor terendah : Jumlah butir x skor minimal

Jarak interval : Skor tertinggi-skor terendah

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang

Hari/Tanggal : 21 Mei

Tempat : Tempat Pengepul Pak Wanto

Petunjuk

7. Amati seluruh proses kegiatan tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang
8. Beri tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai untuk aspek yang diamati.

Keterangan

- 1: Kurang Baik
- 2: Cukup
- 3: Baik
- 5: Sangat Baik

| No. | ASPEK YANG DIAMATI | NILAI | | | |
|-----|--|-------|---|---|----|
| | | KB | C | B | SB |
| 1. | Proses produksi dan penjualan | | | | |
| | a. Penyalur menggunakan kemasan menarik untuk produk yang dipasarkan | | ✓ | | |
| | b. Jumlah tenaga efisien sesuai dengan keadaan industry rumah tangga | | ✓ | | |
| | c. Penyalur menggunakan pencatatan keuangan | | ✓ | | |
| | Total Skor | 6 | | | |
| 2 | Sifat pembeli atau penjual | | | | |
| | a. Jumlah penjualan selalu meningkat | ✓ | | | |
| | b. Kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha | | ✓ | | |
| | c. Pembeli dapat menjangkau lokasi produksi | | ✓ | | |
| | Total Skor | 5 | | | |
| 3 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | | | | |
| | a. Produsen memiliki pelanggan tetap | | ✓ | | |
| | b. Mempunyai berbagai macam cara penjualan untuk menjangkau pembeli | | | ✓ | |
| | | 5 | | | |
| 4 | Fungsi Pertukaran | | | | |
| | a. Harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan | | ✓ | | |
| | b. Inovasi untuk meningkatkan pemasaran produk | | ✓ | | |

| | | | | | |
|----|--|---|---|--|--|
| | c. Melakukan promosi/iklan | | ✓ | | |
| | d. Alat transportasi untuk menunjang usaha | ✓ | | | |
| | e. Tempat penyimpanan untuk persediaan barang dagang | | ✓ | | |
| | | 9 | | | |
| 5 | Kendala dalam penjualan | | | | |
| | a. Persaingan antar usaha lain dengan produk yang sama | | ✓ | | |
| | b. Kekurangan modal | | ✓ | | |
| | c. Ketersediaan bahan baku | ✓ | | | |
| | Total Skor | 5 | | | |
| 6. | Efisiensi pemasaran | | | | |
| | a. Biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan | | ✓ | | |
| | b. Penerimaan total sesuai dengan biaya-biaya/usaha yang dikeluarkan | | ✓ | | |
| | Total Skor | 4 | | | |

PENSKORAN

Skor tertinggi : Jumlah butir x skor maksimal

Skor terendah : Jumlah butir x skor minimal

Jarak interval : Skor tertinggi-skor terendah

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang

Hari/Tanggal : 21 Mei

Tempat : Tempat Pedagang besar dari CV

Petunjuk

9. Amati seluruh proses kegiatan tata niaga gula semut Desa Selakambang Kecamatan Kaligondang
10. Beri tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai untuk aspek yang diamati.

Keterangan

- 1: Kurang Baik
- 2: Cukup
- 3: Baik
- 5: Sangat Baik

| No. | ASPEK YANG DIAMATI | NILAI | | | |
|-----|--|-------|---|---|----|
| | | KB | C | B | SB |
| 1. | Proses produksi dan penjualan | | | | |
| | a. Penyalur menggunakan kemasan menarik untuk produk yang dipasarkan | | | ✓ | |
| | b. Jumlah tenaga efisien sesuai dengan keadaan industry rumah tangga | | | ✓ | |
| | c. Penyalur menggunakan pencatatan keuangan | | | ✓ | |
| | Total Skor | 9 | | | |
| 2 | Sifat pembeli atau penjual | | | | |
| | a. Jumlah penjualan selalu meningkat | | | ✓ | |
| | b. Kondisi jalan dan ketersediaan angkutan menuju tempat usaha | | | | ✓ |
| | c. Pembeli dapat menjangkau lokasi produksi | | | ✓ | |
| | Total Skor | 10 | | | |
| 3 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | | | | |
| | a. Penyalur memiliki pelanggan tetap | | | ✓ | |
| | b. Mempunyai berbagai macam cara penjualan untuk menjangkau pembeli | | | | ✓ |
| | | 7 | | | |
| 4 | Fungsi Pertukaran | | | | |
| | a. Harga jual sesuai dengan biaya yang dikeluarkan | | | ✓ | |
| | b. Inovasi untuk meningkatkan pemasaran produk | | | ✓ | |

| | | | | | |
|----|--|----|--|---|---|
| | c. Melakukan promosi/iklan | | | | ✓ |
| | d. Alat transportasi untuk menunjang usaha | | | ✓ | |
| | e. Tempat penyimpanan untuk persediaan barang dagang | | | ✓ | |
| | | 17 | | | |
| 5 | Kendala dalam penjualan | | | | |
| | a. Persaingan antar usaha lain dengan produk yang sama | | | ✓ | |
| | b. Kekurangan modal | | | ✓ | |
| | c. Ketersediaan bahan baku | | | ✓ | |
| | Total Skor | 9 | | | |
| 6. | Efisiensi pemasaran | | | | |
| | a. Biaya pemasaran sesuai dengan lapangan atau lokasi pelanggan | | | ✓ | |
| | b. Penerimaan total sesuai dengan biaya-biaya/usaha yang dikeluarkan | | | ✓ | |
| | Total Skor | 6 | | | |

PENSKORAN

Skor tertinggi : Jumlah butir x skor maksimal

Skor terendah : Jumlah butir x skor minimal

Jarak interval : Skor tertinggi-skor terendah

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Hari/Tanggal : 22 Mei 2020

Tempat : Tempat Produksi Bapa Minarso

Waktu :

Objek :Tata Niaga Gula Semut Produksi Petani Bapak Minarso

| No | ASPEK YANG DIAMATI | HASIL PENGAMATAN |
|----|--|--|
| 1. | Saluran tata niaga yang digunakan oleh petani gula smut Desa Selakambang | Petani Memasukan hasil produksinya kedalam kemasan yang sudah diberikan oleh pedagang pengepul yang kurang lebih dalam satu plastik muat gula semut anatar 10 sampai 15 Kg dengan harga jual perkilo Rp. 17.000. kemudian ketika sudah hamper penuh petani menjual sendiri produknya dengan mendatangi pengepul. Petani sudah berlangganan menjual kepengepul gula semut sejak pertama kali pembuatan gula semut. Ketika produksi gula semut mengalami kegagalan biasanya dibuat gula cetak dengan harga yang lebih murah. |
| 2. | Margin tata niaga gula semut Desa Selakambang | Petani menjual produksi gula semut ke pedagang pengepul. Gula semut ini dibuat dari bahan alami tanpa mengandung sulfit atau bahan kimia. Namun dari hasil nira kelapa yang tidak bisa diduga kadang banyak kadang sedikit tergantung oleh musim dan untuk |

| | | |
|----|---|---|
| | | harga gula semut juga berfluktuasi tidak selalu sama kadang pernah tinggi dan biasa saja untuk saat ini harga gula semut sedang tidak berselisih jauh dengan gula cetak. |
| 3. | Tingkat efisensi tata niaga gula semut Desa Selakambang | Petani setiap harinya memeproleh produksi kurang lebih 5 kilo dari 20 pohon yang dikelola jadi dengan harga perkilo Rp.17.000 maka pengahsilan perhari bisa mencapai Rp. 85.000 dari petani hanya mengeluarkan modal untuk kayu bakar dan brangkal saja kadang kayu bakar juga mencari sendiri. |

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Hari/Tanggal : 22 Mei 2020

Tempat : Tempat Pengepul Wanto

Waktu : 09.00-11.00

Objek :Tata Niaga Gula Semut Produksi Petani Bapak Minarso

| No | ASPEK YANG DIAMATI | HASIL PENGAMATAN |
|----|--|--|
| 1. | Saluran tata niaga yang digunakan oleh petani gula smut Desa Selakambang | Pengepul memperoleh hasil gula semut dari petani dan pengepul tidak perlu melakukan pengangkutan karena petani itu sendiri yang mendatangi pengepul untuk menjual produksinya. Kadang pengepul menjual secara eceran tetapi lebih banyak dijual kepedagang besar karena sudah jelas terjual semua. Jika menjual kepedagnag besar pengepul bertugas mengemas ulang dan menimbang agar takaran setiap plastic itu sama. Untuk pengangkutan diambil langsung oleh pedagang besar. |
| 2. | Margin tata niaga gula semut Desa Selakambang | Pedagnag pengepul memperoleh harga gula semut perkelio Rp. 18.000 dan pedagnag besar juga sudah menyiapkan plastik untuk pengepul jadi biaya yang dibutuhkan pengepul jika menjual kepedagnag besar hanya nbiaya pengemasan ulang saja seperti |

| | | |
|----|---|---|
| | | mengganti kemasan. Untuk harga dari pengepul tinggal mengikuti harga asaran yang diberikan oleh pedagang besar, karena pedagnag besardisini lebih kuat dalam menentukan harga. |
| 3. | Tingkat efisensi tata niaga gula semut Desa Selakambang | Dari pengepul produksi gula semut diambil oleh pedgang besar biasanya ketika sudah mencapai 2 kwitalan, dalam hal ini pengepul juga harus menyiapkan modal untuk membeli produksi gula semut dari petani. Berdasarkan observasi pengepul bsa memperoleh keuntungan yang lebih jika mampu menjual produksinya sendiri atau di ecerkan. Tetapi tidak berani karena belu memiliki surat izin produksi jadi yang beli baru dari orang sekitar saja. |

Lembar Obaservasi

Tata niaga gula semut Produksi Kelompok Tani Legen Tirta Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

Hari/Tanggal : 22 Mei 2020

Tempat : Tempat Pedagang Besar

Waktu : 09.00-11.00

Objek :Tata Niaga Gula Semut

| No | ASPEK YANG DIAMATI | HASIL PENGAMATAN |
|----|--|--|
| 1. | Saluran tata niaga yang digunakan oleh petani gula smut Desa Selakambang | Pedganag besar memeperoleh hasil gula semut dari petani gula semut biasanya dalam kelompok tani atau koperasi kami yang dimana biasanya terdapat ketua atau pedgang pengepul atau petani yang sudah dikenal dan pedaganag besar perlu melakukan pengangkutan dari pedagang pngepul karena hasil produksi yang kami ambil dari desa-desa dengan produk yang sudah jelas organik. Dan pedagang besar mengambil produksi ketika barang sudah tersedia banyak dan untuk pengangkutan dari pedagang besar yang menyediakan. |
| 2. | Margin tata niaga gula semut Desa Selakambang | Pedagnag pengepul memeperoleh harga gula semut perkelio Rp. 18.000 dan pedagnag besar juga sudah menyiapkan plastic. Untuk pedgang besarsendiri memeproleh harga jual untuk lokal sekitar 30.000 dengan biaya ongkos kirim dditanggung oleh konsumen jika |

| | | |
|----|--|--|
| | | pemesanan dalam jumlah sedikit atau eceran. Dan untuk keluar negeri biasanya dari 37.000an sampai 40.000an tergantung pada kurs dolar yang berlaku saat itu. |
| 3. | Tingkat efisiensi tata niaga gula semut Desa Selakambang | Dari pedagang besar produksi gula semut diambil dari pedagang pengepul biasanya ketika sudah mencapai 2 kwitalan, dalam hal ini produksi gula semut yang diambil oleh pedagang besar harus benar-benar organik dan bebas dari kandungan alergi. Berdasarkan observasi pedagang besar memperoleh keuntungan yang besar karena mampu memengaruhi harga berdasarkan pengamatan pedagang besar memperoleh keuntungan yang tinggi dikarenakan modalnya juga tinggi seperti biaya sertifikasi dan perizinan lainnya. |

Lampiran 11 Hasil Lembar Dokumen

Lembar Dokumen

Tata Niaga Gula Semut Produksi Kelompok Tani Desa Selakambang

Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga

| No. | Aspek Yang Diamati | dokumen yang diperlukan | keterangan | |
|-----|---|-----------------------------|------------|-------|
| | | | Ada | Tidak |
| 1 | Sifat pembelian atau penjualan | Jurnal penerimaan kas | ✓ | |
| 2 | Karakteristik dan jumlah pelanggan | Daftar pelanggan | ✓ | |
| 3 | Biaya pemasaran Harga gula semut Keuntungan pemasaran Rata-rata penerimaan | Laporan keuangan /laba rugi | | ✓ |

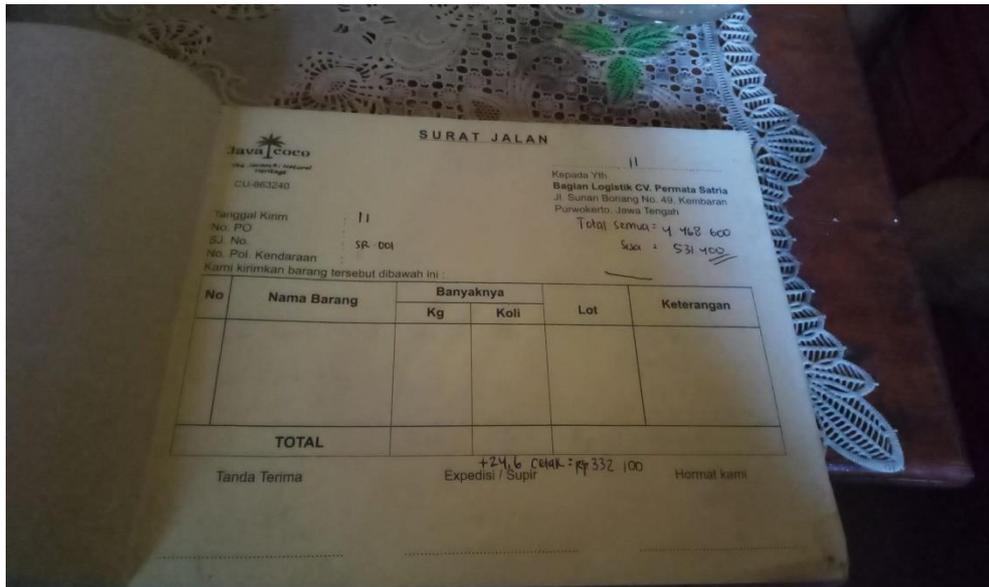
Lampiran 12 Dokumentasi



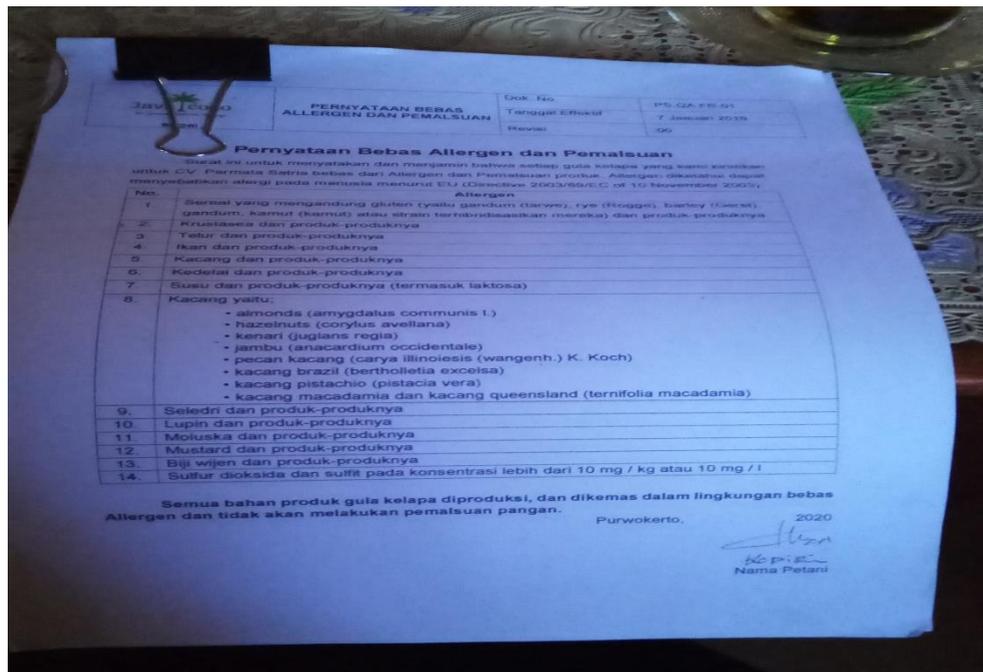
Pengemasan dari Petani



Proses Produksi Gula Semut



Pencatatan Keuangan (Kwitansi)



Daftar Pelanggan dan Pernyataan Gula Organik



Proses Wawancara Petani Gula Semut (Ibu Nasini)



Wawancara Pengepul (Ibu Suroso)



Sempel Kualitas Gula Dari Pedagang Besar



Pengemasan Eceran dari Pengepul